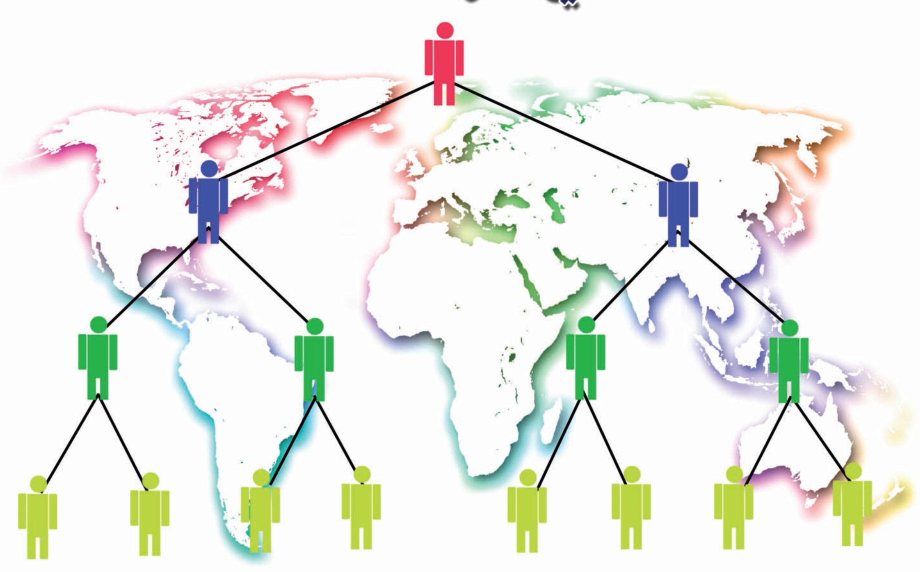
إصدارات
المجمع الفقهي العراقي
لكبار العلماء للدعوة والإفتاء
قضايا فقهية معاصرة (١)



التسويق الشبكي

دراسة في ضوء فقه المآلات





د. طه أحمد الزيدي
عضو الهيئة العليا للمجمع الفقهي العراقي

التسويق الشبكي

في ضوء فقه المآلات



إصـــــــــــــــــــدارات
المجمــع الفقهي العـــــراقي
لكبار العلماء للدعوة والإفتاء
قضــايا فقهية معـاصرة (١)

التسويق الشبكي

في ضوء فقه المآلات

د.طه أحمد الزيدي
عضو الهيئة العليا للمجمع الفقهي العراقي

١٤٣٩هـ/ ٢٠١٨م

سنة الطبع
١٤٣٩هـ / ٢٠١٨م

الطبعة الأولى

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق
ببغداد ٤١٢ لسنة ٢٠١٨

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

﴿فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ﴾ (سورة الكهف: ١٩).

وقَالَ النَّبِيُّ ﷺ: (إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ، وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ، وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى، يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى، أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللهِ مَحَارِمُهُ) (متفق عليه).

* * *

المقدمة

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله وعلى آله وصحبه ومن والاه..

أما بعد .. فإنّ الشريعة الإسلامية جاءت بمقاصد ترمي إلى تحقيق مصالح العباد ودفع المفاسد عنهم، وراعت حفظ الضروريات التي لا تستقيم الحياة الإنسانية إلا معها، المتمثلة بحفظ الدين والنفس والنسل أو العرض والعقل والمال ، وحرصت في مقاصدها وقواعدها الكلية على التيسير ورفع الحرج، وهذا ما التزمت به الأنظمة التي حكمت على وفق النظام الإسلامي.

ومن مقاصد الشريعة حفظ المال تحصيلا و إنفاقا، ولذا أولت اهتماما متزايدا بفقه المعاملات، الذي يعالج في أغلب مباحثه التعامل المالي والنشاط الاقتصادي، ومع توسع دائرة المستجدات في هذا النوع من الفقه بادر الفقهاء المعاصرون الى إعطاء مزيد من العناية لها من خلال دراستها في المجامع الفقهية ودور الإفتاء، وكذلك في البحوث المعاصرة والدراسات والرسائل العلمية الأكاديمية.

وتتجلى خطورة التعاملات المالية في أن المسؤولية فيها مضاعفة لقوله عليه الصلاة والسلام :«لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٍ يَوْمَ القِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ

عَنْ عُمُرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ، وَعَنْ عِلْمِهِ فِيمَ فَعَلَ، وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَ أَنْفَقَهُ، وَعَنْ جِسْمِهِ فِيمَ أَبْلَاهُ»[1].

ومن هنا تشتد الحاجة من قبل المسلم الذي يسعى إلى تحصيل المال، وكذلك المفتي الذي يتصدى لبيان الحكم الشرعي إلى دقة النظر في أية معاملة مالية مستجدة.

ولأن بعض المعاملات لها آثارها المستقبلية التي قد لا تتوافق مع مقدماتها سلبا وإيجابا، مصلحة ومفسدة، لذا كان النظر في المعالجة الفقهية يتعدى النظر في النصوص فقط، إلى فقه المآلات وله اعتباره في بيان الحكم الشرعي لما جاء من التحذير في التحايل في الكسب أو في الربا.

ولعل من أهم المسائل المستجدة في باب المعاملات المالية والتي تتعلق بحركة المجتمع الاقتصادية في ظل دخول الأجهزة الحديثة كوسيط فيها، هوالتسويق الشبكي، الذي ولج عالمه الشباب من دون تحصين فقهي وورع ديني، مع طموح اغرائي، فضلا عن تعقد في توصيف هذا النوع من التسويق وتنوع صوره.

---

(١) أخرجه الترمذي، ٦١٢/٤، حديث رقم ٢٤١٧، وقال عنه: هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ.

ومن هنا رأيت الحاجة إلى دراسة مسألة التسويق الشبكي في ضوء فقه المآلات، فجاءت في مقدمة ومبحثين وخاتمة .

يتعلق المبحث الأول: بدراسة خصائص النشاط المالي في الإسلام، وبيان فقه المآلات في التعاملات المالية.

أما المبحث الثاني: فيتناول تحديد مفهوم التسويق الشبكي، وبيان حكمه الشرعي.

وضمت الخاتمة أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

نسأل الله تعالى أن يوفقنا في عملنا هذا وان يجعله خالصا لوجهه الكريم، وما توفيقنا إلا بالله.

بغداد دار السلام

٢٠١٧

* * *

المبحث الأول
خصائص النشاط المالي وفقه المآلات

• المطلب الأول: خصائص النشاط المالي في الإسلام ومميزاته

١. النشاط المالي في الإسلام له طابع تعبدي في المكسب، وفي الإنفاق على السواء: حيث يرغب المؤمن في الثواب ويحذر من العقاب، فيحرص على كسب الحلال وصرف ما يكسبه في الأوجه الشرعية دون إسراف ولا تقتير، ولذا فعلى صاحبه مسؤولية شرعية، وسوف يحاسب عنه يوم القيامة، قَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: **«لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٍ يَوْمَ القِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ .. عَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَ أَنْفَقَهُ»**[1].

٢. النشاط المالي في الإسلام له طابع أخلاقي، قَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: «رَحِمَ اللهُ رَجُلًا سَمْحًا إِذَا بَاعَ، وَإِذَا اشْتَرَى، وَإِذَا اقْتَضَى»[2]، وفي رواية: «غَفَرَ اللهُ لِرَجُلٍ كَانَ قَبْلَكُمْ، كَانَ سَهْلًا إِذَا بَاعَ، سَهْلًا إِذَا اشْتَرَى، سَهْلًا إِذَا اقْتَضَى»[3].

---

(١) أخرجه الترمذي ٤/٦١٢، حديث رقم ٢٤١٧، وقال: هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ.

(٢) أخرجه البخاري ٣/٥٧، حديث رقم ٢٠٧٦.

(٣) أخرجها الترمذي ٣/٦٠٢، حديث رقم ١٣٢٠، وقال: هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ

٣. المال في الإسلام وسيلة لا غاية، فهو وسيلة إلى مرضاة الله -عز وجل- وليس هو غاية في حد ذاته، ولا وسيلة لأمر غير مشروع ولا مستحق، فليس المال مقياسا للاحترام والتعظيم، ولا لإحتكار النفوذ والسلطة، ولذلك صحح القرآن الكريم الفهم الخاطئ عند اليهود في معيارية المال لتقييم الرجال، قال الله تعالى: ﴿**وَقَالَ لَهُمْ نَبِيُّهُمْ إِنَّ اللهَ قَدْ بَعَثَ لَكُمْ طَالُوتَ مَلِكًا قَالُوا أَنَّى يَكُونُ لَهُ الْمُلْكُ عَلَيْنَا وَنَحْنُ أَحَقُّ بِالْمُلْكِ مِنْهُ وَلَمْ يُؤْتَ سَعَةً مِنَ الْمَالِ قَالَ إِنَّ اللهَ اصْطَفَاهُ عَلَيْكُمْ وَزَادَهُ بَسْطَةً فِي الْعِلْمِ وَالْجِسْمِ وَاللهُ يُؤْتِي مُلْكَهُ مَنْ يَشَاءُ وَاللهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ**﴾ (البقرة:٢٤٧)، كما حذر القرآن الكريم أن يتخذ المال وسيلة للتقرب من الحكام واستخدامها في هضم حقوق الآخرين عن طريق الرشوة أو للتوصل إلى منصب سياسي أو وظيفة حكومية غير مؤهل لها، قال تعالى: ﴿**وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ**﴾ **(البقرة:١٨٨).**

٤. المال في حقيقة أمره ليس ملكاً خالصاً لمالكه، وإنما هو ملك لله، قال تعالى: ﴿**وَآتُوهُمْ مِنْ مَالِ اللهِ الَّذِي آتَاكُمْ**﴾ (النور: ٣٣)، ويترتب على ذلك أن التملك يكون بحسب ما يريد المالك الحقيقي، ويجب

صَحِيحٌ . ومعنى(سمحا) جوادا متساهلا يوافق على ما طلب منه، و(اقتضى) طلب الذي له على غيره

التقيد بأوامره في تحصيله و إنفاقه.

٥. ويد الشخص المالك يد وديعة، استودعها الله إياه، قال تعالى: ﴿**وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ**﴾ (الحديد: ٧)، وعلى الإنسان أن يضعه مواضعه، وينفقه في الوجوه التي شرعها الله، فيأخذ منه ما يسدُّ ضروراته وحاجاته وتحسيناته، ويوزع الفضل منه على من هم أحق به من الضعفاء والعجزة والمساكين، مع إقرار الشريعة للحق الشخصي في إحراز المال لأن حب التملك نزعة فطرية، قال الله تعالى: ﴿**زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ، وَالبَنِينَ وَالقَنَاطِيرِ المُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالفِضَّةِ، وَالخَيْلِ المُسَوَّمَةِ، وَالأَنْعَامِ وَالحَرْثِ، ذَلِكَ مَتَاعُ الحَيَاةِ الدُّنْيَا**﴾ (آل عمران: ١٤)، عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ، قَالَ: سَأَلْتُ النَّبِيَّ ﷺ فَأَعْطَانِي، ثُمَّ سَأَلْتُهُ فَأَعْطَانِي، ثُمَّ سَأَلْتُهُ فَأَعْطَانِي، ثُمَّ قَالَ: «**يَا حَكِيمُ، إِنَّ هَذَا المَالَ خَضِرَةٌ حُلْوَةٌ، فَمَنْ أَخَذَهُ بِطِيبِ نَفْسٍ بُورِكَ لَهُ فِيهِ، وَمَنْ أَخَذَهُ بِإِشْرَافِ نَفْسٍ لَمْ يُبَارَكْ لَهُ فِيهِ، وَكَانَ كَالَّذِي يَأْكُلُ وَلاَ يَشْبَعُ، وَاليَدُ العُلْيَا خَيْرٌ مِنَ اليَدِ السُّفْلَى**»[١]، وقَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: «**يَهْرَمُ ابْنُ آدَمَ وَتَشِبُّ مِنْهُ اثْنَتَانِ: الْحِرْصُ عَلَى الْمَالِ، وَالْحِرْصُ عَلَى الْعُمُرِ**»[٢]، بمعنى قلب الشيخ شاب، بـ(الحرص على المال والحرص على العمر) وإنما لم تنكسر هاتان

---

(١) أخرجه البخاري ٩٣/٨، حديث رقم ٦٤٤١.

(٢) أخرجه مسلم: ٧٢٤/٢، حديث رقم ١٠٤٧.

الخصلتان لأن الإنسان مجبول على حب الشهوات كما قال تعالى ﴿**زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ**﴾ الآية، والشهوة إنما تنال بالمال والعمر، وعَنْ أَنَسٍ رضي الله عنه، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: «**لَوْ كَانَ لِابْنِ آدَمَ وَادِيَانِ مِنْ مَالٍ لَابْتَغَى وَادِيًا ثَالِثًا، وَلَا يَمْلَأُ جَوْفَ ابْنِ آدَمَ إِلَّا التُّرَابُ، وَيَتُوبُ اللهُ عَلَى مَنْ تَابَ**»[١]، وقَالَ عُمَرُ رضي الله عنه: «اللَّهُمَّ إِنَّا لَا نَسْتَطِيعُ إِلَّا أَنْ نَفْرَحَ بِمَا زَيَّنْتَهُ لَنَا، اللَّهُمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ أَنْ أُنْفِقَهُ فِي حَقِّهِ»[٢].

٦. مع إقرار الإسلام للحق الشخصي في التملك إلا أن حق الملكية في الإسلام حق مزدوج: حق خاص وحق عام، واقتضى ذلك وجود قيود أمام تصرف الفرد في المال ومنها[٣]:

- منع الإضرار بالآخرين، قَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: «**لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ**»[٤].

فلا يصح أن يكون المال وسيلة ضارة أو طريقا للتسلط والإيذاء، سواء أكان الضرر خاصا أو عاما.

---

(١) أخرجه مسلم: ٧٢٥/٢، حديث رقم ١٠٤٨.

(٢) أخرجه البخاري معلقا ٩٣/٨.

(٣) للتوسع ينظر: الفقه الإسلامي وأدلته للدكتور وهبة الزحيلي، ٢٧/٤- ٢٩.

(٤) أخرجه ابن ماجه، ٧٨٤/٢، حديث رقم ٢٣٤١، وأحمد في مسنده، ٥٥/٥، حديث رقم ٢٨٦٥، قال الألباني صحيح لغيره. وقال شعيب الارناؤوط: حسن، (فيه) جابر- وهو ابن يزيد الجعفي، و إن كان ضعيفاً- قد توبع (بدَاوُد بْنِ الْحُصَيْنِ عند الدارقطني وبسماك عن ابن أبي شيبة)، وباقي رجاله ثقات رجال الصحيح.

- حرمة تنمية المال بالوسائل غير المشروعة كالربا والقمار والغش والاحتكار والتدليس، والرشوة والاختلاس وابتزاز أموال الغير بالباطل، والقصد من تحريم ذلك هو دفع الإنسان إلى العمل و إبعاده عن البطالة والكسل، وبهذا أوصد الإسلام الباب أمام تضخم الثروات، لأن الطرق غير المشروعة تؤدي عادة إلى ربح عظيم: روي عن رَسُولِ اللهِ ﷺ أَنَّه قَالَ: «**الدُّنْيَا خَضِرَةٌ حُلْوَةٌ، مَنِ اكْتَسَبَ فِيهَا مَالًا مِنْ حِلِّهِ وَأَنْفَقَهُ فِي حَقِّهِ أَثَابَهُ اللهُ عَلَيْهِ وَأَوْرَدَهُ جَنَّتَهُ، وَمَنِ اكْتَسَبَ فِيهَا مَالًا مِنْ غَيْرِ حِلِّهِ وَأَنْفَقَهُ فِي غَيْرِ حَقِّهِ أَحَلَّهُ اللهُ دَارَ الْهَوَانِ، وَرُبَّ مُتَخَوِّضٍ فِي مَالِ اللهِ وَرَسُولِهِ لَهُ النَّارُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ**»[1].

- منع الإسراف والتقتير، قال الله تعالى: ﴿**وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَى عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا**﴾ (الإسراء: ٢٩)، لأن إضاعة المال أو حبسه تعطيل لوظيفته في توسيع ميادين الإنتاج وتهيئة وسائل العمل للعاملين، وحسر تنمية الحركة الاقتصادية في المجتمع، قال الله تعالى: ﴿**وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ**﴾ (التوبة:٣٤)، وقال تعالى: ﴿**وَكُلُوا**

(١) أخرجه البيهقي في شعب الإيمان ٣٦٨/٧، حديث رقم ٥١٣٩، وضعفه الشيخ الألباني في ضعيف الجامع الصغير٤٤٢/١، حديث ٣٠١١، ولكن أصله في الصحيحين.

وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾ (الأعراف:٣١).

٧. الرقابة على ممارسة النشاط المالي للمسلم على مستويات ثلاثة: فهي رقابة ذاتية في المقام الأول لأنه يعلم أن الله تعالى **﴿يَعْلَمُ خَائِنَةَ الْأَعْيُنِ وَمَا تُخْفِي الصُّدُورُ﴾** (غافر: ١٩)، والواقع يشهد على أن الأمر لا يستقيم إلا بالرقابة الذاتية، فإن ضعفت فرقابة المجتمع و إلا فالرقابة القانونية.

لذا نجد أنَّ الإسلام عول أولاً على الرقابة الذاتية النابعة من استشعار المسلم مراقبة الله تعالى له في كل ما يصدر عنه من تصرفات مالية، ويدرك أنه مسؤول أمام الله تعالى عنها مهما صغرت أو كبرت، فإذا ضعفت النفس المطمئنة وتغلبت النفس الأمارة بالسوء كان للمجتمع دوره في كبح ذلك، ولاسيما العلماء لأن للجماعة حق مراقبة ذوي الملكيات الخاصة لاستخدامها في المصالح العامة، فإن تجاوز المسلم الحدود الشرعية أو القانونية في إساءة استخدام المال كسبا و إنفاقا تدخل القضاء ليحمي المسلم نفسه بتطهيره من هذا السلوك الذي لا يليق بمنزلته وليحمي له ثروته، وليحمي الآخرين والمجتمع من أن تنتهك حقوقهم وحرياتهم في حالة ضعف يمر بها المسلم أمام فتنة المال.

٨. يهدف النشاط المالي إلى تحقيق مصلحة الفرد ومصلحة الجماعة، فلا ينحاز إلى مصلحة الفرد على حساب الجماعة، ولا إلى

مصلحة الجماعة على حساب الفرد؛ بل يحفظ حقوق الجميع بلا انحياز ولا إفراط ولا تفريط، و إنما في توازن دقيق.

٩. كما يهدف النشاط المالي إلى تلبية مهمة الاستخلاف في الأرض وفق شرع الله ﴿**وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ**﴾(الحديد: ٧).

١٠. ويرمي النشاط المالي إلى التوظيف المشروع للطاقات البشرية والسعي لتنميتها ﴿ **فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ** ﴾ (الملك: ١٥)، ودعا إلى العمل وعدم الكسل، قَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: «إِنَّ أَطْيَبَ مَا أَكَلَ الرَّجُلُ مِنْ كَسْبِهِ»[١]، وسُئِلَ النَّبِيُّ ﷺ عَنْ أَطْيَبِ الْكَسْبِ؟ فَقَالَ: «**عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ**»[٢].

كما يسعى النشاط المالي إلى تحقيق التكافل الحقيقي للمجتمع وضمان العيش الكريم وتوفير الرزق الحلال لجميع أفراد الأمة.

١١. والنشاط المالي ضمن النظام الاقتصادي الإسلامي له بعد إنساني، فالناس جميعا عباد الله، فهم شركاء في توزيع المال، ومصلحة الإنسان يعتد بها -بغض النظر عن خلفيته- في تعاملاته ويؤمن لهم حقوقهم، قال الله تعالى: ﴿**وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ**﴾(البقرة: ١٨٨).

---

(١) أخرجه ابن ماجة ٢/٧٢٣، حديث رقم ٢١٣٧ بسند صحيح.

(٢) أخرجه الطبراني في الأوسط ٢/٣٣٢، حديث رقم ٢١٤٠.

المطلب الثاني
فقه المآلات في النشاط المالي

- **أولا: مفهوم المآلات**

المآل لغةً: من آل إليه أولا ومآلا: رجع والموئل المرجع وزنا ومعنى، فمآل الأمر مرجعه ومنتهاه[١].

واصطلاحاً: هو اثر الفعل ونتيجته، وهو رجوع الفعل إلى حال ينتهي إليها من صلاح أو فساد[٢].

أو هو الحكم على مقدمات التصرف بالنظر إلى نتائجه[٣].

- **ثانيا: اعتبار المآل**

يقصد باعتبار المآل: النظر فيما يمكن أن تؤول إليه الأفعال والتصرفات والتكاليف موضوع الاجتهاد والإفتاء والتوجيه، و إدخال ذلك في الحسبان عند الحكم والفتوى[٤].

---

(١) القاموس المحيط للفيروزابادي، ١٢٤٤/١، والمصباح المنير للفيومي ٤٩/١.

(٢) اعتبار المآلات ومراعاة نتائج التصرفات، عبد الرحمن بن معمر السنوسي، ص ١٩.

(٣) اعتبار المآلات محمد هرموش ص ١٩.

(٤) الاجتهاد، النص – الواقع – المصلحة، د. احمد الريسوني وجمال باروت، ص ٢٨.

يقول الشاطبي :"النظر في مآلات الأفعال معتبر مقصود للشارع، كانت الأفعال موافقة أو مخالفة، وذلك أن المجتهد لا يحكم على فعل من الأفعال الصادرة من المكلفين بالإقدام أو الإحجام إلا بعد نظره إلى ما يكون إليه ذلك الفعل، فقد يكون مشروعاً لمصلحة فيه تستجلب أو لمفسدة تدرأ، ولكن له مآل على خلاف ما قصد منه، وقد يكون غير مشروع لمفسدة تنشأ عنه أو مصلحة تندفع به ولكن له مآل على خلاف ذلك، فإذا أطلق القول في الأول بالمشروعية فربما أدى استجلاب المصلحة فيه إلى مفسدة تساوي المصلحة أو تزيد عليه فيكون هذا مانعاً من إطلاق القول بالمشروعية، وكذلك إذا أطلق القول في الثاني بعدم المشروعية ربما أدى استدفاع المفسدة إلى مفسدة تساوي أو تزيد، فلا يصح إطلاق القول بعدم المشروعية، فهو مجال للمجتهد صعب المورد إلا أنه عذب المذاق محمود الغبّ (أي: العاقبة) جار على مقاصد الشريعة"[1].

- **ثالثا: مشروعية اعتبار المآل**

هنالك نصوص شرعية عدة تؤكد مشروعية اعتبار المآل، منها:

- في القرآن الكريم:

(١) الموافقات للشاطبي (١٧٨/٥).

١ - قوله تعالى: ﴿ **وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللهِ فَيَسُبُّوا اللهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ** ﴾ (الأنعام: ١٠٨).

وجه الدلالة: أن الله تعالى حرَّم سبَّ آلهة المشركين - مع كون السب حميةً لله وإهانةً لآلهتهم - لكونه ذريعةً إلى سبِّ الله عز وجل فكانت مصلحة ترك مسبته تعالى أولى من مصلحة سبِّ آلهتهم، وجاء التصريح على المنع لئلا يكون سببًا في فعل الحرام، أو يؤول إليه.

فمآل السبّ المفاسد المذكورة، وعليه منع منه شرعا[1].

٢- قوله تعالى: ﴿ **كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ** ﴾ (البقرة: ٢١٦).

ووجه الدلالة: أن القتال مكروه للنفوس، فهو شديد عليها لما فيه من مشقة، وهو كذلك، فإنه أما أن يقتل المجاهد أو يجرح، مع مشقة السفر ومجالدة الأعداء، لكن يعقبه الخير الكثير؛ لأن القتال مآله النصر والظفر على الأعداء، والاستيلاء على بلادهم وأموالهم وذراريهم، وقد يحب المرء شيئا وليس فيه خيرة ولا مصلحة ؛ ومن

(١) الجامع لأحكام القرآن، للقرطبي، ج٧/ ٦١.

ذلكم القعود عن القتال، فقد يؤول إلى استيلاء العدو على البلاد والحكم، وفي هذا فساد عظيم[١].

٣- قوله تعالى: ﴿**وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ**﴾ (النور: ٣١).

ووجه الدلالة: أن هذا الأمر وإن كان مباحا، ولكنه يفضي إلى محرم، أو يخاف من وقوعه، فإنه يمنع منه، فالضرب بالرجل في الأرض، الأصل أنه مباح، ولكن لما كان وسيلة لعلم الزينة ومآله الافتتان بها منع منه[٢].

- **في السنة النبوية**

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللهُ عَنْهُمْ، أَنَّ رَسُولَ اللهِ ﷺ قَالَ لَهَا: «أَلَمْ تَرَيْ أَنَّ قَوْمَكِ لَمَّا بَنَوْا الكَعْبَةَ اقْتَصَرُوا عَنْ قَوَاعِدِ إِبْرَاهِيمَ؟»، فَقُلْتُ: يَا رَسُولَ اللهِ، أَلاَ تَرُدُّهَا عَلَى قَوَاعِدِ إِبْرَاهِيمَ؟ قَالَ: «**لَوْلاَ حِدْثَانُ قَوْمِكِ بِالكُفْرِ لَفَعَلْتُ**»[٣].

---

(١) ينظر: تفسير ابن كثير، ج٢/ ٢٨٤. وقاعدة اعتبار المآلات وأثرها في الفتوى، لابراهيم الهامل، رسالة ماجستير في جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية- الجزائر، ص ٢٣.

(٢) تفسير السعدي، ص ٥٦٦.

(٣) أخرجه البخاري ،١٤٦/٢، حديث رقم ١٥٨٣، ومسلم ،٩٦٩/٢، حديث رقم ١٣٣٣.

ووجه الدلالة من الحديث: أن النبي عليه الصلاة والسلام لم ينقض الكعبة ويجعلها على قواعد إبراهيم عليه السلام، لأن مآل ذلك وعاقبته فتنة بعض من اسلم حديثا لما كانوا يعتقدون من فضل الكعبة فيرون تغييرها عظيما، وهذا مفسدته متوقعة توقعا قريبا، وهي أحق بالدفع من جلب مصلحة البناء على قواعد إبراهيم عليه السلام(١).

قوله عليه الصلاة والسلام: «**لاَ يَقْضِيَنَّ حَكَمٌ بَيْنَ اثْنَيْنِ وَهُوَ غَضْبَانُ**»(٢).

ووجه الدلالة: منع القضاء حال الغضب، لما يحصل بسببه من التغير ويختل به النظر فلا يحصل استيفاء الحكم، فلما آل الأمر لهذه المفسدة، منع الحكم في هذه الحال وفي كل ما يجري مجراه من عدم استقامة الفكر(٣).

قال عليه السلام: «**مُرُوا أَوْلَادَكُمْ بِالصَّلَاةِ وَهُمْ أَبْنَاءُ سَبْعِ سِنِينَ، وَاضْرِبُوهُمْ عَلَيْهَا وَهُمْ أَبْنَاءُ عَشْرٍ، وَفَرِّقُوا بَيْنَهُمْ فِي الْمَضَاجِعِ**»(٤).

---

(١) ينظر: شرح صحيح مسلم للنووي، ج٩/ ٨٩.

(٢) أخرجه البخاري، ٦٥/٩، حديث رقم ٧١٥٨، ومسلم ١٣٤٢/٢، حديث رقم ١٧١٧.

(٣) فتح الباري لابن حجر العسقلاني، ج١٣/ ١٣٧.

(٤) أخرجه أبو داود، ١٣٣/١، حديث رقم ٤٩٥، وقال الالباني حسن صحيح.

ووجه الدلالة: أنه عليه الصلاة والسلام أمر أن يفرِّق بين الأولاد في المضاجع، فلا ينام الذكر مع الأنثى في فراش واحد؛ لأن ذلك قد يكون بابًا من تلبيس إبليس عليهما، فيتحد الفراش وهما لا يشعران.

- **رابعا: تطبيقات اعتبار المآلات في النشاط المالي**
- **بيع العينة:**

وهي بيع السلعة بثمن زائد نسيئة، ليبيعها المشتري ثانية بثمن حاضر أقل، ليحصل على المال وهذا عند جمهور الفقهاء من الحنفية والشافعية والحنابلة، وعند المالكية يطلق عليها بيع الآجال، وأما مصطلح العينة فهو أقرب إلى صورة المرابحة للآمر بالشراء[1].

وهذا التعريف يحتمل أن المشتري يبيعها إلى البائع الأول أو إلى غيره، ثم استقر على: أن يبيع الرجل شيئا من غيره بثمن مؤجل، ويسلمه إلى المشتري، ثم يشتريه منه قبل قبض الثمن بثمن نقد أقل من ذلك الثمن.

وهذه الصورة قال عنها: أَبُو حَنِيفَةَ وَمَالِكٌ وَأَحْمَدُ: لاَ يَجُوزُ هَذَا

(١) ينظر: المبسوط للسرخسي ١١/ ٢١١، ومغني المحتاج للشربيني ٢/٣٦٩، والفروع لابن مفلح ٦/ ٣١٥، والقوانين الفقهية لابن جزي، ص١٧١، والكافي في فقه أهل المدينة، ٢/ ٩٦٦، وفقه الربا ص ٥٠٨ و٥١٦، والجامع في أصول الربا، ص ١٧٢.

الْبَيْعُ، وَقَال مُحَمَّدُ بْنُ الْحَسَنِ: هَذَا الْبَيْعُ فِي قَلْبِي كَأَمْثَال الْجِبَال، اخْتَرَعَهُ أَكَلَةُ الرِّبَا[١].

وَنُقِل عَنِ الشَّافِعِيّ - رَحِمَهُ اللهُ - جَوَازُ الصُّورَةِ الْمَذْكُورَةِ (كَأَنَّهُ نَظَرَ إِلَى ظَاهِرِ الْعَقْدِ، وَتَوَافُرِ الرُّكْنِيَّةِ، فَلَمْ يَعْتَبِرِ النِّيَّةَ)، وقد ورد النهي عن العينة من طرق عقد لها البيهقي في سننه بابا.

قال الشاطبي: فَإِنَّ عَاقِدَ الْبَيْعِ أَوَّلًا عَلَى سِلْعَةٍ بِعَشَرَةٍ إِلَى أَجَلٍ ظَاهِرُ الْجَوَازِ، مِنْ جِهَةِ مَا يَتَسَبَّبُ عَنِ الْبَيْعِ مِنَ الْمَصَالِحِ عَلَى الْجُمْلَةِ، فَإِذَا جَعَلَ مَآلَ ذَلِكَ الْبَيْعِ مُؤَدِّيًا إِلَى بَيْعِ خَمْسَةٍ نَقْدًا بِعَشَرَةٍ إِلَى أَجَلٍ، بِأَنْ يَشْتَرِيَ الْبَائِعُ سِلْعَتَهُ مِنْ مُشْتَرِيهَا (مِنْهُ) بِخَمْسَةٍ نَقْدًا، فَقَدْ صَارَ مَآلُ هَذَا الْعَمَلِ إِلَى أَنْ بَاعَ صَاحِبُ السِّلْعَةِ مِنْ مُشْتَرِيهَا مِنْهُ خَمْسَةً نَقْدًا بِعَشَرَةٍ إِلَى أَجَلٍ، وَالسِّلْعَةُ لَغْوٌ لَا مَعْنَى لَهَا فِي هَذَا الْعَمَلِ؛ لِأَنَّ الْمَصَالِحَ الَّتِي لِأَجْلِهَا شُرِعَ الْبَيْعُ لَمْ يُوجَدْ مِنْهَا شَيْءٌ[٢].

وَلِأَنَّهُ ذَرِيعَةٌ إِلَى الرِّبَا، لِيَسْتَبِيحَ بَيْعَ أَلْفٍ بِنَحْوِ خَمْسِمِائَةٍ إِلَى أَجَلٍ، وَالذَّرِيعَةُ مُعْتَبَرَةٌ فِي الشَّرْعِ (أي سدها)، بِدَلِيل مَنْعِ الْقَاتِلِ مِنَ الإِرْثِ[٣].

---

(١) ينظر: رد المحتار ٤ / ١١٥، والشرح الكبير للدردير ٣ / ٨٩، والقوانين الفقهية ص ١٧١، والمغني ٤ / ٢٥٦.

(٢) الموافقات ٥/١٨٣.

(٣) كشاف القناع ٣ / ١٨٥، والمغني لابن قدامة ٤ / ٢٥٧.

وقال الشوكاني: والحاصل أن مجموع ما في الباب تقوم به الحجة ولاسيما وهذه حيلة من الحيل الباطلة التي جاءت الشريعة بإبطالها وأيضا قد استلزمت أن يرد المستقرض زيادة على ما استقرضه وذلك ربا مجمع على تحريمه فلو لم يرد في الباب شيء لكان ما ورد في تحريم هذا الربا كافيا مغنيا عن غيره[١].

- **والأدلة على عدم جوازها هي:**

- قَالَ رَسُولُ اللهِ ﷺ: «**إِذَا تَبَايَعْتُمْ بِالْعِينَةِ، وَأَخَذْتُمْ أَذْنَابَ الْبَقَرِ، وَرَضِيتُمْ بِالزَّرْعِ، وَتَرَكْتُمُ الْجِهَادَ، سَلَّطَ اللهُ عَلَيْكُمْ ذُلًّا لَا يَنْزِعُهُ حَتَّى تَرْجِعُوا إِلَى دِينِكُمْ**»[٢].

- وعَنْ أَبِي إِسْحَاقَ السُّبَيْعِيِّ، عَنِ امْرَأَتِهِ أَنَّهَا دَخَلَتْ عَلَى عَائِشَةَ رَضِيَ اللهُ عَنْهَا فَدَخَلَتْ مَعَهَا أُمُّ وَلَدِ زَيْدِ بْنِ أَرْقَمَ الْأَنْصَارِيِّ وَامْرَأَةٌ أُخْرَى، فَقَالَتْ أُمُّ وَلَدِ زَيْدِ بْنِ أَرْقَمَ: يَا أُمَّ الْمُؤْمِنِينَ إِنِّي بِعْتُ غُلَامًا مِنْ زَيْدِ بْنِ أَرْقَمَ بِثَمَانِمِائَةِ دِرْهَمٍ نَسِيئَةً، وَإِنِّي ابْتَعْتُهُ بِسِتِّمِائَةِ دِرْهَمٍ نَقْدًا، فَقَالَتْ لَهَا عَائِشَةُ: «**بِئْسَمَا اشْتَرَيْتِ وَبِئْسَمَا شَرَيْتِ، إِنَّ جِهَادَهُ مَعَ رَسُولِ**

---

(١) السيل الجرار، ١/ ٥٢٠.

(٢) أخرجه أبو داود ٣/٢٧٤، حديث رقم ٣٤٦٢، وَصَحَّحَهُ اِبْنُ اَلْقَطَّانِ (بيان الوهم والإيهام (٢ / ١٥١).

اللهِ ﷺ قَدْ بَطَلَ إِلَّا أَنْ يَتُوبَ»[١].

- **قاعدة الحيل**

قال الشاطبي: التحيل قلب الأحكام الثابتة شرعا إلى أحكام أخرى بفعل صحيح الظاهر لغو في الباطن، أكانت الأحكام من خطاب التكليف أو من خطاب الوضع[٢].

فالمراد بها ما يكون مخلصًا شرعيًّا، فيسقط واجبًا أو يحل حرامًا، وأطلق عليه لفظ الحيلة؛ لأن المخلص من ذلك لا يدرك إلا بالحذق

(١) أخرجه الدارقطني في «**السنن**» (٣/٤٧٨، حديث رقم ٣٠٠٣)، والبيهقي في سننه (٥ / ٥٤٠، حديث رقم ١٠٧٩٩. قال ابن عبد الهادي الحنبلي: قالوا: العالية امرأة مجهولة، فلا يقبل خبرها. قلنا: بل هي امرأة جليلة القدر معروفة، ذكرها محمَّد بن سعد في كتاب «**الطبقات**»، فقال: العالية بنت أيفع بن شراحيل، امرأة أبي إسحاق السَّبيعيِّ، سمعَتْ من عائشة «الطبقات الكبرى»: (٤٨٧/٨)) . هذا إسنادٌ جيدٌ، و إن كان الشافعيُّ رحمه الله قال: إنَّا لا نثبت مثله على عائشة «الأم»: (٧٨/٣)) (تنقيح التحقيق في أحاديث التعليق، شمس الدين محمد بن أحمد بن عبد الهادي الحنبلي (المتوفى: ٧٤٤هـ)، تحقيق: سامي بن محمد بن جاد الله وعبد العزيز بن ناصر الخباني، أضواء السلف –الرياض، ط١/ ١٤٢٨هـ- ٢٠٠٧ م، (٦٩/٤) نصب الراية لأحاديث الهداية، جمال الدين أبو محمد عبد الله بن يوسف بن محمد الزيلعي (المتوفى: ٧٦٢هـ)، تحقيق: محمد عوامة، مؤسسة الريان للطباعة والنشر- بيروت ط١/، ١٤١٨هـ/١٩٩٧م، (١٦/٤).

(٢) الموافقات للشاطبي، ١٠٨/٣.

وجودة النظر، فالحيل عند من يبطلها ويمنعها تشتمل على قصد فاسد، ومبدأ المآلات يمنع المفسدة المتوقعة، فكيف بالمفسدة الواقعة ؟ ثم إن الحيل عند من يمنعها تصل إلى الحقائق المحرمة دون أن تسلك الطرق المحرمة، وتفلت من الوجوب على الرغم من أنها من أهل الوجوب، كما يحدث في الحيل المستخدمة للهرب من الزكاة، فالحيل هي الوصول إلى المآلات المحرمة عبر إجراءات صحيحة في الظاهر[1]، ومن أمثلتها بيع المعاملة كما سنبين ذلك قريبا.

- **قاعدة سد الذرائع**

الذرائع: جمع ذريعة، وهي لغة: «الوَسيلَة والسَّبَب إلى شيءٍ[2]»، وسدها: منعها، وحسم مادتها.

وهي في الاصطلاح: كل وسيلة مباحة قصد التوصل بها إلى المفسدة أو لم يقصد التوصل إلى المفسدة، لكنها مفضية إليها غالباً، ومفسدتها أرجح من مصلحتها.

أو هي: التوسل بما هو مصلحة إلى مفسدة[3].

فسد الذرائع هو: حَسْمُ مَادَّةِ وَسَائِلِ الْفَسَادِ دَفْعًا لَهَا، فَمَتَى كَانَ

(١) أثر مراعاة المآلات والقصود في التفريق بين البيع والربا، ص ٧٠.
(٢) لسان العرب لابن منظور ٨/٩٦، والقاموس المحيط جـ٣ /٢٤.
(٣) الموافقات جـ٣ /١٩٩.

الْفِعْلُ السَّالِمُ عَنْ الْمَفْسَدَةِ وَسِيلَةً لِلْمَفْسَدَةِ منعنا من ذلك الفعل»[١].

أو هو المنع من أمر غير ممنوع لنفسه، قويت التهمة في أدائه إلى فعل محظور، وبذلك يكون المنع لما يؤول إليه ذلك العمل، فسدت الذرائع من أجل المآلات، فكأن قاعدة سد الذرائع باعتبار المقدمة والحكم عليها، وقاعدة المآلات باعتبار النتيجة ودواعي المنع[٢].

يقول ابن القيم: الْفِعْلُ أَوْ الْقَوْلُ الْمُفْضِي إلَى الْمَفْسَدَةِ قِسْمَانِ؛ أَحَدُهُمَا: أَنْ يَكُونَ وَضْعُهُ لِلْإِفْضَاءِ إلَيْهَا كَشُرْبِ الْمُسْكِرِ الْمُفْضِي إلَى مَفْسَدَةِ السُّكْرِ، وَكَالْقُذُفِ الْمُفْضِي إلَى مَفْسَدَةِ الْفِرْيَةِ، وَالزِّنَا الْمُفْضِي إلَى اخْتِلَاطِ الْمِيَاهِ وَفَسَادِ الْفِرَاشِ، وَنَحْوِ ذَلِكَ؛ فَهَذِهِ أَفْعَالٌ وَأَقْوَالٌ وُضِعَتْ مُفْضِيَةً لِهَذِهِ الْمَفَاسِدِ وَلَيْسَ لَهَا ظَاهِرٌ غَيْرُهَا، وَالثَّانِي: أَنْ تَكُونَ مَوْضُوعَةً لِلْإِفْضَاءِ إلَى أَمْرٍ جَائِزٍ أَوْ مُسْتَحَبٍّ، فَيُتَّخَذَ وَسِيلَةً إلَى الْمُحَرَّمِ إمَّا بِقَصْدِهِ أَوْ بِغَيْرِ قَصْدٍ مِنْهُ؛ فَالْأَوَّلُ كَمَنْ يَعْقِدُ النِّكَاحَ قَاصِدًا بِهِ التَّحْلِيلَ، أَوْ يَعْقِدُ الْبَيْعَ قَاصِدًا بِهِ الرِّبَا، وَنَحْوِ ذَلِكَ، وَالثَّانِي كَمَنْ يُصَلِّي تَطَوُّعًا بِغَيْرِ سَبَبٍ فِي أَوْقَاتِ النَّهْيِ، وَنَحْوِ ذَلِكَ[٣].

---

(١) الفروق للقرافي ،٣/ ٤٥، وسد الذرائع للبرهاني ص ٨٠.
(٢) أثر مراعاة المآلات والقصود في التفريق بين البيع والربا، ص ٧٠.
(٣) إعلام الموقعين لابن القيم، ٣/ ١٠٩.

- **خامسا: اثرهذه القواعد في العقود المالية**

بعض المعاملات المالية ولاسيما المعاصرة يقع فيها المشابهة للبيع والربا في الوقت نفسه، فهي تشبه البيع في ظاهرها وتشبه الربا في باطنها، ومن منعها رأى أن هذا التصرف الصحيح (آل) إلى حقيقة محرمة هي الربا بعينه، ورأوا أن هنالك إجراءات شكلية جائزة في الأصل منع منها الشارع إذا اجتمعت، لما تصل إليه من حقيقة باطلة، كبيع العينة.

و إن تباين أقوال الفقهاء بشأن بعض المعاملات المالية والعقود مرده إلى اعتماد ظاهر العقود دون مآلاتها أو اعتماد الظاهر والمآل.

والعقود التي تتعلق بالظاهر والمآل أربعة:

١. عقد له ظاهر مباح وباطن مباح، مثاله: عقد ظاهره بيع وباطنه هبة، وما في معناه.

٢. عقد له ظاهر مباح، وباطن محرم، مثاله: بيع العنب لمن يريد أن يتخذه خمرا، وبيع العينة عند الجمهور.

٣. عقد له ظاهر محرم، وباطن مباح، جاء فيه نص مثل عقد السلم والعرايا، والعقود المحرمة وابيحت للضرورة .

٤. عقد ظاهره وباطنه محرم، مثل عقد الربا وعقود بيع المحرمات.

والذي يتعلق بطبيعة دراستنا هو النوع الثاني، وهي العقود التي تشبه في ظاهرها البيع، أو السمسرة أو الجعالة، وتشبه في باطنها الربا أو تخالف السمسرة والجعالة.

ولدينا هنا اتجاهان للفقهاء، فيما يتعلق بظاهر العقد وباطنه، هما:

- **الأول:** من يعتمد ظاهر العقد وباطنه، وهو مذهب جمهور الفقهاء.

- **والثاني:** من يعتمد ظاهر العقد فحسب، إذ يذهب أتباع هذا الاتجاه إلى أن الإرادة الظاهرة هي المعول عليها، وهي صاحبة الحول والطول في إنشاء التصرفات وبناء الأحكام في الفقه الإسلامي، ذلك أنها هي التي خرجت من حيز النفس إلى عالم الواقع، وهي التي يمكن الإمساك بها ومعرفة حدودها، ومن ثم كان الظاهر ليس دليلا على الباطن فحسب، وإنما له وظيفة وقيمة مستقلة هي إنشاء التصرفات[1].

وينسب هذا القول للحنفية وللشافعي، وعند التحقق نتوصل إلى عدم الدقة في هذه النسبة ومرجعها إلى صورتين:

الأولى: بسبب تنوع نظرة الفقهاء إلى المقصود بالعينة التي حذر منها النبي ﷺ.

(١) حسن النية وأثره في التصرفات، عبد الحليم القوني، ص ١٧٦.

قال محمد بن الحسن: و إذا اشترى الرجل بيعا بنسيئة أو بنقد ولم ينقد، فليس ينبغي له أن يبيع ذلك من البائع بأقل من ذلك الثمن الذي أخذه به إن كان لم ينقد الثمن، ولا ينبغي للبائع أن يشتريه منه بأقل من ذلك، ولو فعل رددت البيع الآخر، و إن كان قد انتقد الثمن فلا بأس بأن يشتريه بأقل أو أكثر(١).

ويقول ابن عابدين: اختلف المشايخ في تفسير العينة التي ورد النهي عنها، قال بعضهم: تفسيرها أن يأتي الرجل المحتاج إلى آخر ويستقرضه عشرة دراهم ولا يرغب المقرض في الإقراض طمعا في فضل لا يناله بالقرض، فيقول: لا أقرضك، ولكن أبيعك هذا الثوب إن شئت باثني عشر درهما، وقيمته في السوق عشرة، ليبيعه في السوق بعشرة، فيرضى به المستقرض فيبيعه كذلك، فيحصل لرب الثوب

---

(١) المبسوط لمحمد بن الحسن، ٢٣٠/٣) والمنع من هذه الصورة هو ما اتفق عليه الحنفية فينبغي أن يجعل هذا أصلا يرجع إليه في مسائل الحيل واعتبار باطن العقد والمآل والنية عند أئمة الحنفية. (ص ١٢٩) لأن محمد بن الحسن قال في مقدمة كتابه المبسوط (١/١): قد بينت لكم قول أبي حنيفة وأبي يوسف وقولي، وما لم يكن فيه اختلاف فهو قولنا جميعا، ولم يذكر هنا اختلافا.، وما ينسب اليهم اجازة التحايل مردود اخترعه أكلة الربا كما يقول محمد بن الحسن رحمه الله (حاشية ابن عابدين ٢١/ ١٥٢). وهذا يدل على أن مراعاة حقيقة العقد وباطنه ومآله معتمد لدى السادة الحنفية.

درهمان وللمشتري قرض عشرة[١].

ولذا اعترض ابن الهمام في إطلاق العينة على هذا النوع فقال: وما لم ترجع إليه العين التي خرجت منه لا يسمى بيع العينة، لأنه من العين المسترجعة لا العين مطلقا وإلا فكل بيعٍ بيعُ العينة[٢].

وقد أنكر العلماء الموسوعيين نسبة إباحة هذا النوع من التعامل إلى إمام مجتهد، **يقول شيخ الإسلام ابن تيمية:** وكثير من هذه الحيل حرام باتفاق العلماء من جميع الطوائف بل بعضها كفر كما قاله ابن المبارك وغيره ولا يجوز أن ينسب الأمر بهذه الحيل التي هي محرمة بالاتفاق أو هي كفر إلى أحد من الأئمة ومن ينسب ذلك إلى أحد منهم فهو مخطىء في ذلك جاهل بأصول الفقهاء وإن كانت الحيلة قد تنفذ على أصل بعضهم بحيث لا يبطلها على صاحبها فإن الأمر بالحيلة شيء وعدم إبطالها بمن يفعلها شيء آخر ولا يلزم من كون الفقيه لا يبطلها أن يبيحها فإن كثيراً من العقود يحرمها الفقيه ثم لا يبطلها وإن كان الْمَرضِيُّ عندنا إبطال الحيلة وردها على صاحبها حيث أمكن ذلك[٣].

---

(١) حاشية ابن عابدين، ٢٧٣/٥.

(٢) فتح القدير لابن الهمام، ٢١١/٧.

(٣) الفتاوى الكبرى لابن تيمية، دار الكتب العلمية- بيروت، ط١/ ١٤٠٨هـ-

الثانية: إنّ عدم اعتماد الباطن مرده إلى القضاء دون الإفتاء، وقد وهم من جمع بينهما، لان عمل القضاء هو الحكم على ظاهر الأمر وهو لا يطلع على باطن الأمور كما في قوله عليه الصلاة والسلام: (**إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ وَإِنَّكُمْ تَخْتَصِمُونَ إِلَيَّ وَلَعَلَّ بَعْضَكُمْ أَنْ يَكُونَ أَلْحَنَ بِحُجَّتِهِ مِنْ بَعْضٍ فَأَقْضِيَ لَهُ عَلَى نَحْوِ مَا أَسْمَعُ مِنْهُ فَمَنْ قَضَيْتُ لَهُ مِنْ حَقِّ أَخِيهِ بِشَيْءٍ فَلاَ يَأْخُذْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنَّمَا أَقْطَعُ لَهُ قِطْعَةً مِنَ النَّارِ**)[(١)].

وفي الإفتاء فإن المستفتي يسأل عن أمر معين، والمفتي يملك أن يحدد له حالات العمل ويخبره بحكم الله فيها، ويملك أن يقول: إن لم يكن لك حق في هذه الخصومة فإنه لا يجوز أن تأخذ شيئا بالباطل[(٢)].

ومناط الإفتاء يكون في التحريم والإباحة، وفي القضاء يكون النفاذ أو الإبطال، يقول ابن القيم: فالفرق (ظاهر) بين أن لا يعتبر القصد في العقد ويجريه على ظاهره وبين أن يسوغ عقدا قد علم بناؤه على المكر والخداع وقد علم أن باطنه خلاف ظاهره، فوالله ما سوغ الشافعي ولا إمام من الأئمة هذا العقد قط، ... فالذي سوغه

١٩٨٧م، ٦/ ٨٥.

(١) أخرجه البخاري، باب موعظة الامام للخصوم، ج٦/ ٢٦٢٢، ح ٦٧٤٨، ومسلم، باب الحكم بالظاهر واللحن بالحجة، ج٥/ ١٢٨، ح٤٥٧٠.

(٢) الإحكام في تمييز الفتاوى عن الأحكام للقرافي ص ١٠٠.

الأئمة بمنزلة الحاكم يجري الأحكام على ظاهر عدالة الشهود وإن كانوا في الباطن شهود زور، والذي سوغه أصحاب الحيل بمنزلة الحاكم يعلم أنهم في الباطن شهود زور كذبة وأن ما شهدوا به لا حقيقة له ثم يحكم بظاهر عدالتهم.

وهكذا في مسألة العينة: إنما جوز الشافعي أن يبيع السلعة ممن اشتراها منه جريا على ظاهر عقود المسلمين وسلامتها من المكر والخداع، ولو قيل للشافعي: «**إن المتعاقدين قد تواطآ على ألف بألف ومائتين، وتراوضا على ذلك، وجعلا السلعة محللا للربا**» لم يجوز ذلك، ولأنكره غاية الإنكار[1].

- **علاقة الباطن والنية بالظاهر في العقود**

ينبغي لنا أن نفرق بين الباطن والنية وعلاقتهما بالظاهر، فالباطن أن تستتر حقيقته تحت ظاهر وغالبا تتحصل في العقود المركبة، وعند النظر في مآل المعاملة المالية وإلقاء الوسائط، سنرى في بعض الصور بيعا وشراء ظاهرا يختفي تحته مال يقرضه صاحبه ويستوفيه بأكثر منه، وأما النية فهي متعلقة بعمل المكلف؛ ولذلك نستطيع أن نتصور هذا الباطن مع عدم نية المتعاقد الوصول إليه في الصور الآتية:

(١) إعلام الموقعين ٣/ ٢١٩.

- **بيع التورق:**

وصورته أن رجلا يريد مالا، وربما لا يجد أحدا يقرضه هذا المال؛ فيذهب يشتري سلعة بالنسيئة، ثم يبيعها على غير البائع الأول نقدا، بأقل مما اشتراها على الغالب، فيتحصل له مبلغ من المال يقضي به حاجته الحاضرة، ثم يوفي قيمة السلعة على الأجل المتفق عليه، ففي هذا الصورة حصل بيع وشراء ظاهر لا مطعن فيه، وفي الباطن ليس هناك شخص أقرض مالا ثم هو نفسه يستوفيه بأكثر منه ؛ فإن البائع في الصفقة الأولى ليس هو المشتري في الصفقة الثانية، ويكمن الإشكال فقط في أن المشتري هذا لم ينو بشرائه ما ينوى له البيع والشراء عادة، بل نوى النقد، ونأخذ من هذه الصورة «عامل النية»، فمختصر هذه الصورة: «ظاهر صحيح، وباطن صحيح، ونية غير صحيحة»، فكانت النية سبب الخلاف فمن منع بيع التورق نظر لعدم صحة النية، ومن أجازه فان النية لا تكفي في تحريم المسألة مع صحة الظاهر والباطن فهي لا تدخل تحت مبدأ محلل الربا[1].

وعدم صحة النية قد تكون من ذات المشتري كما في المثال السابق، أو بدافع من البائع وصورته أن يأتي الرجل المحتاج إلى آخر

(١) للتوسع ينظر: الجامع في أصول الربا ص ١٧٤، وأثر مراعاة المآلات والقصود في التفريق بين البيع والربا، عبد الله بن مرزوق القرشي، ص ٨٩-٩٠.

ويستقرضه عشرة دراهم ولا يرغب المقرض في الإقراض طمعا في فضل لا يناله بالقرض، فيقول: لا أقرضك، ولكن أبيعك هذا الثوب إن شئت باثني عشر درهما، وقيمته في السوق عشرة، ليبيعه في السوق بعشرة، فيرضى به المستقرض فيبيعه كذلك، فيحصل لرب الثوب درهمان وللمشتري قرض عشرة[1].

فالنية هنا لم تكتمل من الطرفين بل هي من طرف واحد المشتري أو المقرض.

- **وفي صورة بيع العينة:**

رجل يريد مالا فيشتري من غيره سلعة بثمن مؤجل، ثم يبعه إليه بثمن حال أقل من الثمن الأول، ويتحصل من هذين العقدين حقيقة متوارية دون الصورة الظاهرة، وهي أن الرجل اقترض من آخر مالا وسيرده بأكثر منه، وتلك حقيقة الربا، ومن هذه الصورة نأخذ عامل الباطن»، فمختصر هذه الصورة: «ظاهر صحيح، وباطن غير صحيح، ونية غير صحيحة»[2].

---

(١) حاشية ابن عابدين، ٥/٢٧٣.

(٢) ينظر: أثر مراعاة المآلات والقصود في التفريق بين البيع والربا، عبد الله بن مرزوق القرشي، ص ٨٩- ٩٠.

- **ومثله بيع المعاملة :**

وصورته: أن يقرض رجل آخر، ثم يبيعه شيئا رخيصا بثمن عالٍ[1].

فظاهر العقد معاملتان، معاملة قرض، ومعاملة بيع، وهو ظاهر صحيح، أما الباطن، فإنه يتحصل من هذين العقدين علاقة بين رجل يقترض مالا، على أن يرد أكثر منه، وتكون هذه الزيادة متمثلة في السعر الزائد في ثمن السلعة في البيع، وأما النية في هذه المعاملات فتتعلق بالباطن؛ لأن المشتري ما زاد في ثمن السلعة إلا مراعاة لحاجته إلى القرض، والمقرض كان يراعي منفعته في عقد البيع.

فهذه الأمثلة توضح معنى "ظاهر العقد" و"باطن العقد" و"النية عند العقد"، ومتى يعتد بالعقد على ضوء صحة كل منها وعدمها.

- **مسألة التوسط الصوري للسلعة في العقود المركبة:**

يتضح لنا من الأمثلة السابقة أن توسط السلعة غير المقصودة لا يؤثر في حقيقة هذه المعاملات، فالسلعة في العينة غير مقصودة من الطرفين (انتفاعا أو تجارة) بل هي غطاء محض للقرض، ومثله وجود الغبن الفاحش في قيمة السلعة الشكلية كما في بيع المعاملة.

---

(١) ينظر: حاشية ابن عابدين ٥/ ٢٧٦، والجامع في أصول الربا، ص ١٧٧.

أما في التورق فإن السلعة مقصودة من البائع الأول لأنه تاجر سلع على الحقيقة، وبيعه في الأصل جائز بالاتفاق، وهي مقصودة من المشتري الثاني بقصد الانتفاع أو الاتجار، وليست مقصودة فقط من المشتري الأول.



المبحث الثاني
التسويق الشبكي مفهومه وحكمه

- **المطلب الأول: مفهوم التسويق الشبكي**

التسويق، مأخوذة من تسوق فلان: باع واشترى[١]، والسوق موضع البياعات[٢]، وهو الحيز الذي يتم فيه التقاء العرض والطلب، والمنتج والمستهلك، البائع والمشتري، وفيه تتم عملية البيع ولا يشترط فيه أن يكون مكانا محددا . بل إنّ الويب (الشبكة الالكترونية) قد يكون هو السوق[٣].

الشبكي: من الشبك وهو الخلط والتداخل، ومنه تشبيك الأصابع، واشتَبَكَ الظلام إِذا اختَلط، واشتبكتِ النُّجُوم إِذا تداخلَت واتصل بَعْضهَا بِبَعْض، والشبَكةُ: آبارٌ مُتَقَارِبَة قريبةُ المَاء، يُفضي بَعْضهَا إِلَى بعض، وَجَمعهَا شِبَاكٌ[٤].

---

(١) المعجم الوسيط للزيات وآخرين، ٢/٤٦٢.

(٢) لسان العرب لابن منظور، ٢/٢٤٢.

(٣) بشير العلاق، التسويق الالكتروني، عمان، ٢٠١٠، ص٦٢.

(٤) تهذيب اللغة، أبو منصور محمد بن أحمد بن الأزهري (ت ٣٧٠هـ)، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي – بيروت، ط١/ ٢٠٠١م، ١٠/ ٢٠.

- **التعريف الاصطلاحي:**

التسويق الشبكي: هو برنامج يحصل فيه المسوق على عمولات أو حوافز مالية، نتيجة لبيعه المنتج أو الخدمة، إضافة لحصوله على عمولات عن كل شخص يتم اعتماده مساعدا، أو تابعا للمسوق وفق أنظمة وبرامج عمولات خاصة[١].

وهو نوع من تسويق المنتجات والخدمات مبني على التسويق التواصلي حيث يقوم المستهلك بدعوة مستخدمين آخرين لشراء المنتج مقابل عمولة، ويحصل على نسبة حالة قيام عملائه ببيع المنتج بحيث يصبح على قمة هرم من العملاء والزبائن[٢].

- **ألفاظ ذات صلة**
- **التسويق المباشر:**

هو التسويق الذي يتم من المصنع إلى المستهلك مباشرةً، وبهذا المعنى فإن التسويق المباشر يتضمن حذف كل الحلقات التي يتضمنها التسويق العادي، مثل الموزع الإقليمي من المصنع وكلفة

---

(١) هذا تعريف Loyed، Allard واعتمده د. اسامة الاشقر في بحثه (التسويق الشبكي من المنظور الفقهي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات المجلد الثامن، العدد الاول 2006، ص 4.

(٢) التسوق الشبكي نظرة اقتصادية اسلامية) أ.د .صبحي فندي الكبيسي.

الموزع المحلي كما يتضمن حذف كلفة الدعاية والإعلان.

ويعرف التسويق المباشر بأنه وسيلة لتسويق السلع والخدمات وتجارة التجزئة مباشرة إلى المستهلكين سواء في منازلهم أو في أي مكان آخر بعيدا عن أماكن البيع بالتجزئة(1).

فالتسويق الشبكي صورة من صور التسويق المباشر، له إجراءات خاصة به، تخرجه من الحكم العام للتسويق المباشر وهو الإباحة .

- **التجارة الالكترونية:**

هي مفهوم جديد ظهر مع إنتاج الحواسيب وابتكار شبكة المعلومات العالمية (الانترنت)، يبين عمليات البيع والشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات الكترونية .

وهي نظام ينتج عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما ينتج أيضا الحركات الالكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث أن التجارة الالكترونية تتيح عبر الانترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء، ويمكن تشبيه التجارة الالكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون أو شركات أو محلات)،

(١) البيع الشخصي وتسويق المباشر، حميد الطائي، عمان، ٢٠٠٨، ص١١٢.

والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الالكترونية[١].

وتقسم نشاطات التجارة الالكترونية إلى قسمين:

- تجارة الكترونية من الشركات إلى الزبائن الأفراد (Business– to– Consumer) ويعبر عنها اختصارا (B2C)، وتمثل التبادل التجاري بين الشركات، والزبائن الأفراد.

- تجارة الكترونية من الشركات إلى الشركات (Business – to– Business)، ويعبر عنها اختصارا (B2B)، وتمثل التبادل التجاري بين شركة وأخرى.

فالتجارة الالكترونية أوسع في صورها من التسويق المباشر ومن التسويق الشبكي، ولها صور متعددة من حيث صيغة العقد ومجلسه والمعقود عليه والقبض.

- **الأسواق الالكترونية:**

هي عبارة عن محلات شبكية تحوي تعاملات تجارية، فليس مركزها بناية أو مجمعا تجاريا، وإنما منظومة شبكية تعقد مجالسها عبر شبكة المعلومات العالمية -الانترنت.

(١) التجارة الالكترونية، هاني السباخي، جامعة العلوم ابداعية- الفجيرة، ص٦.

- **نشأة التسويق الشبكي:**

إنّ التسويق الشبكي ظهر عام (١٩٤٥) على يد شركة اسمها نيوترلايت Nutrilite والتي كان اسمها عند تأسيسها ١٩٣٤ كلفورنيا فتمان Vitamin California The لاحظت هذه الشركة ان الكثير من عملائها جاءوا عن طريق أقارب ومعارف العاملين في الشركة والموظفين، كونهم يقومون بشرح فوائد ومزايا المنتج للأقارب وغيرهم وكأنهم قاموا بدور الوسيط الدعاية المجانية... وهذا مما دفع مديري تلك الشركة إلى إدخال أول خطة تعويض متعددة المستويات لتكون نواة لبداية ما عرف بالتسويق الشبكي لاحقا .

وقد ظهر التسويق الشبكي بشكل اكبر عام ١٩٥٩ عندما ظهرت شركة جديدة تسمى باسم Amway، (أي أم واي)[١]، فكانت هذه البداية الحقيقية لعصر التسويق الشبكي وما زالت شركة Amway تعمل لحد الآن وهي من أقوى شركات التسويق الشبكي في العالم أما الانتشار الأوسع للتسويق الشبكي فكان بعد عام ١٩٧٩، وذلك بعد أن ربحت شركة (Amway) الدعوى المقامة ضدها عام ١٩٧٤ واستمرت إلى عام ١٩٧٩، وأنفقت ملايين الدولارات عليها كي تكتسب الصفة

---

(١) والتي أسسها اثنان من أقوى المسوقين في الشركة السابقة (نيوترلايت).

القانونية، وتبرهن إنها تمثل شكلا من أشكال البيع المباشر وليس من قبيل التسويق الهرمي، المحظور قانونيا بما في ذلك في الولايات المتحدة الأمريكية .

- **أصل فكرة التسويق الشبكي**

إن فكرة الشركات العاملة في التسويق الشبكي تقوم على الاحتيال، وهو ليس حديثاً ونذكر مثالاً لأكبر مخطط للاحتيال في التاريخ وهو مخطط بونزي[١] Ponzi schemes:

سافر بونزي إلى مونتريال كندا حيث عمل هناك في أحد البنوك الايطالية وكان صاحب البنك يعطي فائدة قدرها ٦٪ وكانت تلك الفائدة ضعف الفائدة السائدة وقتها في البنوك والمصارف وسرعان ما اكتشف بونزي المخطط، حيث اكتشف أن صاحب البنك لا يدفع الفائدة من عوائد الاستثمار، بل كان يدفع الفائدة الكبيرة من أموال المودعين الجدد، وسرعان ما اكتشفت الخدعة، فاضطر صاحب البنك الهروب إلى المكسيك تاركاً فكرة المخطط الاحتيالي إلى بونزي .

---

(١) ينظر: موقع ويكيبيديا .

هنا بدأ بونزي في عمل محفظة بونزي وذلك للاستثمار في الكوبونات البريدية وكان يعطي ٥٪ على مبلغ الاستثمار في خلال (٤٥) يوما فقط و١٠٠٪ مضاعفة المبلغ خلال (٩٠) يوما، ولكي يروج بونزي لفكرته أنشأ شركة بإسم (compang Exchange foreing colog Old) سنة ١٩١٩م ثم استولى على حصة كبيرة في بنك Boston of Bamlc Trust Hanover انتشر الخبر وأقبل الناس ليودعوا أموالهم عند بونزي، وفعلاً كان بونزي يدفع الفوائد في موعدها المحدد وكان يعتمد على أموال المودعين الجدد والقدامى الذين أغراهم معدل الفائدة المرتفع إلا ان هذا العمل أثار ضجة في الصحافة، مما جعل صحيفة (بوسطن بوست) تشكك في مصداقية المخطط والبحث حول وجود ثغرات.

ومع البحث تم اكتشاف انه لكي يحقق بونزي لكل العوائد الضخمة عليه أن يستثمر (١٦٠) مليون كوبون بريدي، في حين أن السجلات البريدية تقول أنه استخدم (٢٧٠٠٠) كوبون فقط ومن هنا بدأ البحث وراء بونزي ليتم اكتشاف المخطط في النهاية، وأنه لا وجود لأي استثمارات حقيقية سوى انه يأخذ من المودعين الجدد ليدفع الى المودعين القدامى، فكان أشهر مخطط للاحتيال المالي في التاريخ.

- **أنواع التسويق الشبكي**

لا يوجد نوع واحد فقط للتسويق الشبكي، بل هناك أنواع عدة، ويشهد هذا التسويق من خلال القائمين عليه أنواعا جديدة متطورة، بين الحين والآخر؛ لهذا ربما يصعب الإحاطة بكل أنواع التسويق الشبكي، مما قد يؤثر على إعطاء تصور لإصدار حكم .... ومهما يكن من أمر، فانه بالإمكان الإشارة إلى الأنواع الآتية[١]:

- **التسويق الشبكي من غير وجود منتج أو خدمة (الهرمي)**

وفكرته تقوم على استخدام أموال مجموعة من المنضمين الجدد للشبكة أو الهرم ثم توضع تلك الأموال تحت تصرف القدامى في أعلى الهرم، وذلك لاستثمارها أو المقامرة بها، وفي هذا النوع من التعامل لا يتم فيه بيع أي منتج أو خدمة، ولا يتم دفع عمولات أو حوافز، و إنما يقوم المسوق الأقدم في الشبكة بتجميع اشتراكات مالية مع وعود بارباح طائلة، وعادة ينتهي هذا التعامل بسراب كما حصل في ألمانيا عام ١٩٩٣ والبانيا ١٩٩٧ حيث نشرت الصحف إنّ مئات الآلاف من كلا الدولتين فقدوا الملايين من أموالهم للاستثمار في مثل هذه الشركات[٢].

(١) التسوق الشبكي نظرة اقتصادية إسلامية، أ.د .صبحي فندي الكبيسي.

(٢) ينظر: بحث التسويق الشبكي في المنظور الفقهي للاشقر، ص٤.

ولا خلاف بين أهل العلم على حرمة هذا النوع من التسويق الشبكي، وهو يندرج تحت أنواع من المحرمات، فهو يدخل في الربا الصريح ؛ لأنه تعامل نقد بنقد مع التفاضل والتأجيل، حيث أن الطبقات السفلى تقدم المال للطبقات العليا على شكل قرض على أمل زيادة المبلغ نظرا للتأجيل، وهذه المعاملة تدخل في باب أكل أموال الناس بالباطل الذي نهى الله تعالى عنه[١].

- **التسويق الشبكي مع وجود منتج (صوري) غير مقصود**

ولهذا النوع أنظمة عدة، منها[٢]:

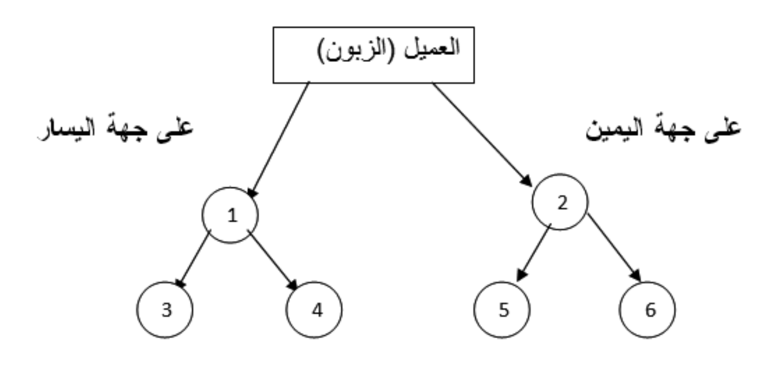
أ. النظام الثنائي Binary

هذا النوع منتشر في كثير من شركات التسويق الشبكي وهو يعتمد على النظام الثنائي وعلى التوازنات في الشبكات، فتنفصل الشبكات التسويقية على نصفين يمين ويسار، ويجب أن يحافظ العميل على التوازن بين النصفين او الجبهتين كي يربح المزيد من العمولات، فمثلا إذا كان المطلوب منك أن تسوق إلى (٦) أشخاص بالتوازن، فيجب أن يكون هناك (٣) ناحية اليمين و(٣) ناحية اليسار كما في الصورة الآتية.

---

(١) التسويق الشبكي للأشقر ص ٥.

(٢) ينظر: التسويق الشبكي نشأته ومستقبله ، حمزة البلوشي ط١/ ٢٠٠٩، ص ٨.

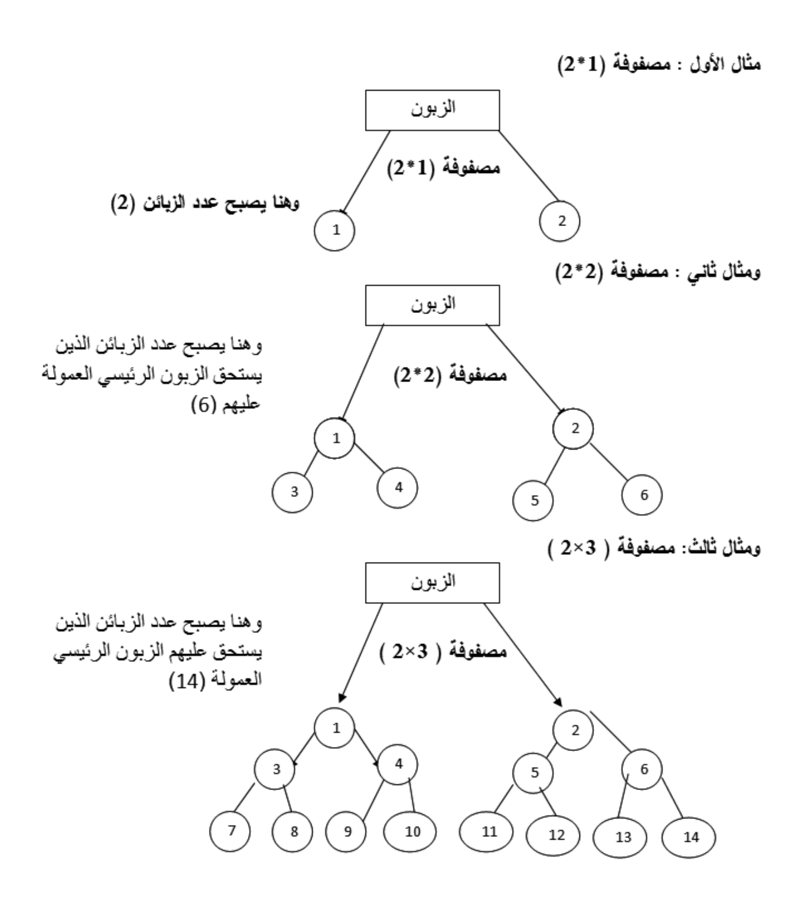


وهنا يجب ذكر نقطة غاية في الأهمية وهي انك إذا أتيت بواحد على اليمين أو على اليسار، واتيت بألف واحد على الجهة الأخرى فانك لا تربح شيئا، فالعمولة لا تدفع لك إلا إذا كانت الشبكة متوازنة على اليمين وعلى اليسار.

ب. النوع الثاني: نظام المصفوفات system Matrix

هذا النظام الذي يعتمد المصفوفات، هو أسرع من سابقه في تحقيق الارباح، وهو ليس نظاما واحدا و إنما يتفرع إلى أنظمة عديدة، منها المصفوفة (١×٢) ومنها (٢×٢) ومنها (٣×٢) وهكذا[1].

(١) المقصود (١×٢): بمعنى (٢) مستوى افقي (١) مستوى عمودي والمقصود بالمصفوفة (٢×٢): (٢) أفقي و(٢) عمودي.


مثال الأول : مصفوفة (1*2)
الزبون
مصفوفة (1*2)
وهنا يصبح عدد الزبائن (2)
1
2
ومثال ثاني : مصفوفة (2*2)
الزبون
مصفوفة (2*2)
وهنا يصبح عدد الزبائن الذين يستحق الزبون الرئيسي العمولة عليهم (6)
1
2
3
4
5
6
ومثال ثالث: مصفوفة (3×2)
الزبون
مصفوفة (3×2)
وهنا يصبح عدد الزبائن الذين يستحق عليهم الزبون الرئيسي العمولة (14)
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14

وأما العمولات بناء على هذا النظام فيوضحها الجدول الآتي :

جدول عن احتمالات الدخل لمشترك خلال سنة واحدة

المرحلة	مبيعات اليمين	مبيعات اليسار	الخطوة	العمولة بـ دج	مجموع العمولات بـ دج
1	1	1	عمولة تشجيعية	2.400	2.400
2	2	2	0	0	2.400
3	4	4	2	4.800	7.200
4	8	8	2	4.800	12.000
5	16	16	6	14.400	26.400
6	32	32	10	24.000	50.400
7	64	64	22	52.800	103.200
8	128	128	42	100.800	204.000
9	256	256	86	206.400	410.400
10	512	512	170	408.000	818.400
11	1024	1024	342	820.800	1,639200
12	2048	2048	682	1,636.800	3,276.000

جدول يبين الحسابات الحقيقية لبعض شركات التسويق الشبكي

عدد المشاركين	عدد الطبقات	الفائدة كل شهر	الفائدة المدفوعة
1	1	-	-
2	2	660 000	-
4	3	1 320 000	-
8	4	2 640 000	4 620 000
16	5	5 280 000	5 280 000
32	6	10 560 000	10 560 000
64	7	21 120 000	16 500 000
128	8	42 240 000	16 500 000
256	9	84 480 000	16 500 000
512	10	168 960 000	16 500 000
1 024	11	337 920 000	16 500 000
2 048	12	675 840 000	16 500 000
مجموع المشاركين	النسبة	مجموع الفائدة خلال سنة	مجموع الفائدة المدفوعة
4 094	330 000	1 351 020 000	119 460 000

ويمكن توضيح هذا الجدول من خلال المراحل الآتية :

عدد المشاركين: هم الأشخاص الذين سجلوا في التسويق الشبكي من خلالك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، في مدة سنة يكون مجموعهم ٤٠٩٤ مشتركا.

الطبقات: تسجل المشترك الأول في الطبقة الأولى، الطبقة الثانية يسجل فيها شخصان، الطبقة الثالثة يسجل فيها أربعة أشخاص، وهكذا تستمر الطبقات، وكل طبقة جديدة تحتوي على مشاركين أكبر.

العمولة كل شهر: هي الفائدة التي تدخل في حسابك كل شهر، في الشهر الأول يشترك الأول فلا يحصل على أرباح، في الشهر الثاني تسجل شخصين تحصل على فائدة قدرها ٣٣٠,٠٠٠ $ عن كل فرد، وعن كلاهما تتحصل على ٦٦٠,٠٠٠ $ ، في الشهر الثالث تتحصل ١٣٢٠,٠٠٠$ وبنفس الطريقة تستمر الحسابات، مجموع الأموال التي تكون دخلت حسابك وليس في جيبك خلال سنة هي ١٣٥١٠٢٠,٠٠٠ $.

أما المبلغ الحقيقي الذي تحصل عليه خلال سنة:

في الشهر الأول تسجل كمشترك أول فلا تتحصل على أية فائدة، وفي الشهر الثاني يكون لك عميلان أي في رصيدك ٦٦٠,٠٠٠ $ ، ولكن

لا تحصل على شيء لان المبلغ اقل من الحد الأدنى لشراء منتج، الشهر الثالث لا تحصل على شيء لنفس العلة.

في الشهر الرابع يكون مجموع المشتركين عن طريقك ١٤ مشتركا، المبلغ الإجمالي في حسابك هو٤٦٢٠,٠٠٠ $ هذا المبلغ اكبر من الحد الأدنى للشراء، هنا بدأت تثمر شجرتك، وستبدأ أرباحك في الزيادة وستبدأ تتحصل على أموال أكثر كل شهر، حتى تصل للشهر السابع يصبح رصيدك ٢١١٢٠,٠٠٠ $، وبما انك تجاوزت الحد الأقصى للأموال التي يمكنك الحصول عليها المقدر بـ ١٣٥٠٠٠$ في الصنف pro ، فستتحصل على ١٦٥٠٠,٠٠٠ $ فقط، وفي كل شهر من الشهور القادمة سوف تتحصل على الحد الاقصى فقط مهما بلغ المبلغ في حسابك، إذا مجموع ما سوف تحصل عليه خلال سنة هو ١١٩٤٦٠٠٠٠$، وليس ١٣٥١٠٢٠٠٠٠$[1].

- **خصائص التسويق الشبكي**

- يعتمد على شبكة الانترنت في التسويق.

- يقوم على أساس إلغاء الدعاية والإعلان والوسطاء ويتم شراء السلعة مباشرة من الشركة والاعتماد على المستهلك نفسه في الترويج.

---

(١) حقيقة التسويق الشبكي ، قراحلي احسن، ص ٩.

- إعطاء عمولة للمسوق الأول على مبيعاته .

- إعطاء نسبة محددة من مبيعات الأعضاء المشتركين عن طريقه بشكل مباشرأو غيرمباشرزيادة على عمولته.

- لكي يصبح وكيلاً للشركة لابد أن يشتري سلعة (ساعة أو قلم أو نظارة أو برنامج) في الأعم سلعة كمالية وغيرمقصودة ويفوق سعرها في البيع التقليدي.

- بعد أن يدخل كوكيل للشركة يبدأ عمله بتكوين شجرة (شبكة) من المستهلكين، تشتري منتجات الشركة، ولكي تحسب العمولات نقسم الشجرة (الشبكة) على قسمين يسار ويمين، كأن تحسب (٣) مبيعات يمين و(٣) يسار ويشترط التوازن بينهما.

- تشترط هذه الشركات أن يكون لكل وكيل حداً من الربح لا يتجاوز عند البعض منها على (٣١٥٠) دولار حفاظاً على الشركة من الإفلاس، وبعضها لا يشترط ذلك .

- المستهلك يحصل على (٨٠٪) من عمولاته نقداً أما (٢٠٪) المتبقية فإنها توضع في ما يسمى بـ(حصالة الذهب) الخاصة به إلى أن يصل رصيده إلى سعر سبيكة ذهبية من إنتاج الشركة أو أي منتج أخرمن نفس السعر.

- لا تتجاوز نسبة المستفيدين ٣٪ من المتعاملين مع التسويق

الشبكي وهم متفاوتون بالأرباح، والأغلبية يخسرون أموالهم، ولا يربحون على اقل تقدير.

- إنّ معظم العاملين في صناعة التسويق الشبكي يريدون النجاح ومزيد من الأرباح ولكنهم يذكرون حقائق غير كاملة، فهي جاءتهم من المصدر منقوصة، ويمارسون الخداع والاحتيال ربما بصوره غير مقصودة .

- في الأنظمة المتعلقة بالتسويق الشبكي ثغرات لا يعرفها حتى القائمين على الشركة نفسها، فلا يعرف تلك الثغرات إلا صانعيها (أي الأنظمة) وكما يقولون: إن من صنع المفتاح يعرف شفراته.

- إنّ الهدف ليس المنتج ، فالمنتج غطاء للحصول على الربح.

- رداءة المنتجات التي تعرضها شركات التسويق الشبكي إن وجدت، وهي: أشياء تكميلية عادة، كأن تكون ساعات أو أفلام أو نظارات أو برامج.

- الأسعار لا تتناسب مع جودة المنتوج قياسا بمثيلاتها في الأسواق، مما يعني تحميلها ثمن فوق قيمتها.

- إنّ عدم اشتراط شراء المنتج يجعل من شركة التسويق الشبكي شركة تسويق هرمي، المحظورة شرعا وقانونا بالاتفاق، إلا إذا كان التسجيل في الشركة مجانا، وهذا ما لا يتحقق في ارض الواقع .

- من الإشكالات البارزة ظهور واختفاء أغلب شركات التسويق الشبكي بسرعة، قد لا تتجاوز سنة أو سنتين بل ربما أشهر، على القدر الذي يحقق الأرباح للقائمين عليها وتترك عموم الزبائن في مهب الريح.

- قيامها على الإغراء، فمعظم شركات التسويق الشبكي تتلاعب بأحلام الأفراد فتتقدم نفسها على أنها أفضل شركة وأفضل نظام وانك ستربح لا محال، وان الربح مضمون، وانك تستطيع أن تسوق لشخصين أو ثلاثة وهم يسوقون كما سوقت ثم تتضاعف الشبكة بشكل سريع، فتربح الكثير المنزل والسيارة .. وهو مجرد خداع فعند العمل تتبدد والأحلام تختلف الحسابات ... فالأغلبية العظمى ممن يعمل في هذه الشركات لا تتحقق له هذه الأحلام.

- وإذا كان الأصل في البيع المباشر، ترويج للسلع وخدمة الأفراد والدول، ومعالجة البطالة، وخدمة المستهلك، إلا أن هذا مجرد تصور نظري لا اثر له في الواقع العملي، فيما يتعلق بالتسويق الشبكي.

- **التسويق الشبكي من الوجهة الاقتصادية :**

يمكن رسم الانتقادات لشركات التسويق الشبكي من الوجهة الاقتصادية عموما، والاقتصاد الإسلامي على وجه الخصوص، بالآتي:

١. إن التسويق الشبكي لا يخرج عن كونه (من الوجهة

الاقتصادية) نشاط تبادل نقود بنقود، والسلع غطاء، فهي غير مقصودة، لأنها سلع كمالية ذات مواصفات متدنية، وأسعارها باهضة، مما يناقض الثمن العادل الذي يقرره الفقهاء في التعاملات التجارية، بل إن أضخم شركات التسويق الشبكي تعترف بان حجم مبيعاتها لغير ممثلي الشركة أو الراغبين في إنشاء شبكة تسويقية لا يتجاوز ١٨٪ فقط.

٢. التسويق الشبكي يؤدي إلى عرقلة الإنتاج وانخفاض الإنتاجية وهو يؤدي إلى شيوع البطالة، والأفراد بمزاولتهم هذه الأنشطة يبتعدون عن العمل في الأنشطة المفيدة، مما يبعد الإنسان عن أداء مهمته في عمارة الأرض.

٣. انخفاض المستوى المعاشي، بحكم كونه يؤدي إلى زيادة فقر العاملين وعدم إمكانية استرداد أموالهم فضلاً عن عدم تحقيق الأرباح، وهو يعمق التفاوت في التوزيع.

٤. يؤدي إلى إشاعة قيم غير إسلامية كالكذب والاحتيال والغش، مما يتقاطع مع قيم الاقتصاد الإسلامي، يقول روبرت فيتزباتريك: إنّ الخداع هو من السمات المميزة والمتأصلة في جميع أنظمة التسويق الشبكي، وهو ضروري ولا يمكن الاستغناء عنه تلك الأنظمة، وقد قام ستيفن بارت رئيس اللجنة التنفيذية بالمجلس الوطني لمكافحة

الغش الصحي، بتحليل معلومات دعائية لأكثر من ٤٠ شركة تسويق شبكي لمنتجات ذات صلة بالصحة ، وتوصل إلى ان جميع هذه المعلومات الدعائية مبالغ فيها بشكل كبير.

٥. يخرج بالمال عن وظيفته وبالإنسان عن رسالته، ويؤدي إلى عدم تحقيق الكفاءة الاقتصادية، ويتقاطع مع العدالة التوزيعية، ويبتعد بالاقتصاد والإنسان عن تحقيق عمارة الأرض التي هي مطلب شرعي.



المطلب الثاني
حكم التسويق الشبكي

من المعلوم أن هذه المسألة من المستجدات ولذا بحثنا عن حكمها في المدونات المعاصرة، وبعد البحث نجد للفقهاء والباحثين المعاصرين قولين، هما[١]:

- **القول الأول: جواز التسويق الشبكي بشروط**

وذهبت إليه لجنة الإفتاء في الأزهر ثم تراجعت عنه، ودار الإفتاء الليبية ودار الإفتاء التونسية[٢]، ولجنة الفتوى بالجامعة الأردنية، والشيخ عبد الله بن جبرين[٣]، والدكتور وهبة الزحيلي[٤] والشيخ

(١) هنالك من يذهب الى التقسيم الثلاثي: الجواز والمنع والجواز بشروط ، وعند تتبعي للفتاوى والأبحاث وجدتها لا تخرج عن قولين : المنع والجواز بشروط ، ولم أجد من يقول بجواز التسويق الشبكي مطلقا، ومن يقول بالجواز من غير شروط هو متعلق بجواب عن صيغة عقد أرسلت إليه، وفيها ضوابط.

(٢) ينظر: التسويق الشبكي تحت المجهر، زاهر سالم، ص ١٧، والتسويق الشبكي دراسة شرعية ، رياض فرج عبدات ، ص ٩.

(٣) ينظر: مقال للدكتور عبد الستار عبد الجبار في مجلة رسالة المجمع العدد ٢ لسنة ٢٠١٦، ويعلق على هذا القول: وللأسف عند المحاججة يذكر بعض المؤيدين للمعاملة للشيخ فتواه بالجواز ولا يذكرون ما اشترطه فيها من شروط

(٤) ينظر: الموقع الرسمي للدكتور وهبة الزحيلي،

جمال الدبان[١] ، والدكتور سلمان العودة والشيخ محمد بهاء الدين الصيادي[٢].

ومنهم من توسع بهذه الشروط ومنهم من ضيق ، فقد ألحقت لجنة الفتوى في الأزهر هذه المعاملة بالسمسرة إذا لم يقم على غش أو تدليس أو ظلم أو خيانة، ثم تراجعت لجنة الفتوى في الأزهر عن هذه الفتوى وقالت بعدم جواز هذه المعاملة في٢٠١٢/١٢/٧.

وأجازه الشيخ عبد الله الجبرين من كبار علماء السعودية مع اشتراط أن تكون معلومة ليس فيها غرر أو ربا أو رشوة أو قمار أو مخادعة[٣].

---

www.fikr.com/zuhayli/index.php

(١) الشيخ جمال عبد الكريم الدبان مفتي الديار العراقية السابق رحمه الله ، وقد قيد الجواز بالاتي:

١. المواصفات الخاصة بالبضاعة هي نفسها حال وصولها .. وفى حالة وجود عطل أو خلل في البضاعة تعاد لاستبدالها حسب العقد المبرم معهم .

٢. الإلتزام بعدم الترويج للبضاعة المحرمة شرعاً.

٣. الشخص الذي يشترى بضاعة عن طريق عضو.. فهو غير ملزم بالعمل ، فهو حر في أن يعمل أو لا يعمل .

وعليه .. يرى أنه لا بأس بهذه المعاملة على أن لا يخالف الشرع بأي صورة كانت.

(٢) نقلا عن اطروحة دكتوراه رفعت خلف العزاوي، ص ١٨١، وعلق عليها قائلا: له فتوى يستشهد بها المشتركون بهذه الشركة، تاريخ الفتوى: ٢٠٠٨/٥/١٤م.

(٣) ينظر: مقال للدكتور عبد الستار عبد الجبار في مجلة رسالة المجمع

ويقول الشيخ العودة: والذي أميل إليه أن الحكم في هذه المسالة وما شاكلها يعتمد على حقيقة الحال، فإن كانت الخدمات المتوفرة قوية وملائمة ولها تميز عن غيرها بجودة أو برخص ، وعلى هذا يتم الاشتراك للاستفادة من خدماتها وتسويقها للآخرين فجائز، ولو كانت البرامج والخدمات أو السلع في هذه الشركة أو في أخرى تعتمد النظام ذاته، صورية أو ضعيفة ولا قيمة حقيقية لها، و إنما الناس يشتركون ويسوقون من أجل الحصول على المقابل المادي الذي ينتظرهم إذا اقنعوا أشخاصا آخرين ففي هذه الحالة يكون الامر محرما[١].

واشترطت لجنة الفتوى بالجامعة الأردنية : أن تكون السلعة محل العقد ذات قيمة مالية معتبرة شرعا، وينتفع بها ، ولا تكون ساترة للربا[٢].

- ويمكن إجمال الشروط بالاتي:

- **أن تكون سلعة التسويق متاحة معلومة.**
- **أن لا يكون عمل الشركة ممنوعا بقانون الدولة.**

العدد ٢ لسنة ٢٠١٦ ، ويعلق على هذا القول: وللأسف عند المحاججة يذكر بعض المؤيدين للمعاملة للشيخ فتواه بالجواز ولا يذكرون ما اشترطه فيها من شروط.

(١) الفتوى نشرت على موقع الاسلام اليوم.

(٢) فتوى التسويق الشبكي للسلع ، صدرت في ٢٨/ ١٢/ ٢٠١٥.

- **انتفاء الغش والخداع والتغرير.**
- **جدية منتجات الشركة وعدم صوريتها.**
- **أن لا يكون مقصد المشترك الحصول على المقابل المالي فقط نتيجة جلب المشتركين عن طريقه.**

- **القول الثاني: حرمة التسويق الشبكي أو عدم جوازه**

وذهبت إليه المجامع الفقهية ودور الإفتاء الرسمية ومواقعه المعتمدة، وجمهور الفقهاء والباحثين المعاصرين، وهي:

أولا: فتاوى المجامع الفقهية ودور الإفتاء

١. فتوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء السعودية، وفيها: ولما كانت هذه هي حقيقة هذه المعاملة، فهي محرمة شرعاً[(١)].

٢. فتوى مجمع الفقه السوداني، وفيها: (... العلة الشرعية التي بُنِيَتْ عليها فتوى حظر شركات التسويق الشبكي الصادرة من المجمع قبل خمس سنوات تتمثل في كونه قماراً.. بناءً على ما سبق فإن المجمع يرى أن عمل (هذه) الشركة يدة لا يجوز العمل به لكونه

(١) فتوى رقم (٢٢٩٣٥) وتاريخ ١٤-٣-١٤٢٥هـ، عنوانها: حكم عمل شركات التسويق الهرمي أو الشبكي، وحملت توقيع المفتي الشيخ عبد العزيز آل الشيخ، والشيخ صالح بن فوزان الفوزان.

قماراً حرَّمه الشرع)[١].

٣. فتوى لجنة الإفتاء الأردنية، وفيها: (..أن شركات التسويق الشبكي والهرمي تنوعت طرقها، واختلفت أساليبها، ونظراً لاشتمالها على المحاذير السابقة فإن حكمها هو التحريم)[٢]. وأما إدخال (الساعة) أو أي بضاعة أخرى فلا يقلب المعاملة إلى الحِل[٣].

٤. فتوى دار الإفتاء الفلسطينية وورد فيها: (... وبناءً على ما تقدم ذكره فإن التعامل مع هذه الشركة (التي تعتمد التسويق الشبكي) حرام شرعاً)[٤].

٥. فتوى لجنة الفتوى بمركز الإمام الألباني للدراسات[٥].

٦. فتوى اللجنة العليا للإفتاء لاتحاد علماء الدين الإسلامي في كردستان العراق[٦].

---

(١) فتوى مجمع الفقه الاسلامي في السودان، دار الجنان –الزرقاء، ط١/٢٠٠٤.

(٢) موقع http://www.aliftaa.jo/index.php/ar/fatwa/show/id/1995

(٣) دار الإفتاء الأردنية، الموضوع: حكم التسويق الشبكي، رقم الفتوى: ٦٤٤ التاريخ: ٢٢-٠٤-٢٠١٠.

(٤) الموقع الرسمي www.darifta.org/majlesnew/d173.

(٥) الحكم الشرعي للتسويق الشبكي، عبد الرزاق شرع ، ص ١٤٩.

(٦) اللجنة العليا للإفتاء في إقليم كردستان ، مسيرة مشرفة وفتاوى نيرة، القسم الأول، إصدارات اتحاد علماء الدين الإسلامي في كردستان – قسم الإعلام ، ط١/

ثانيا: فتاوى مواقع الإفتاء المعتمدة

١. فتاوى موقع الإسـلام ويـب، ومنها: بعد الإطـلاع على برنامج التسويق الشبكي أو الهرمي تبين أنه لا يجوز الدخول فيه، ولا دلالة الغير عـليـه[١]. أن هـذا الـنوع مـن المعاملات مـحـرم[٢]، وفـي فتوى أخرى: بعد الاطلاع على نظام هذه الشركة تبين أنه لا يجوز التعامل مع(شركة البزناس) بغرض جني الأرباح من خلال الدعاية والتسويق لمنتجاتها[٣].

٢. فتوى الشبكة الإسلامية: (قلنا بحرمة التسويق الشبكي)[٤].

٣. فتوى شبكة يسألونك الاسلامية [٥].

٢٠١٧، ص ٤٢، والفتوى حررت بتاريخ ٢٧/ ١/ ٢٠١٥.

(١) فتوى بعنوان التسويق الهرمي يقوم على الغرر والمقامرة، رقم الفتوى: ٣٥٤٩٢، الثلاثاء ٢٩ جمادى الأولى ١٤٢٤ - ٢٩-٧-٢٠٠٣.

(٢) فتوى بعنوان: حكم التسجيل على النت بطريقة المصفوفة ،رقم الفتوى: ١٢٠٩٦٤، السبت ٢١ جمادى الأولى ١٤٣٠ - ١٦-٥-٢٠٠٩.

(٣) التعامل مع شركة البزناس، رقم الفتوى: ١٩٣٥٩، الأربعاء ١٩ ذو الحجة ١٤٢٤ - ١١-٢-٢٠٠٤.

(4) www.islamweb.net/fatwa

(٥) عنوانها: حكم عمل شركات التسويق الهرمي أو الشبكي ،تاريخ النشر: ١ شعبان ١٤٣٤ (١٠/٦/٢٠١٣).

ثالثا: فتاوى العلماء والباحثين المعاصرين

١. فتوى د. يوسف الشبيلي، قال: لا يجوز الاستثمار في هذه الشركة لأنها قائمه على التسويق الشبكي.

٢. فتوى د. سامي السويلم عضو الهيئة الشرعية لشركة الراجحي، قال فيها: الإسلام هو دين الفطرة، والشريعة الإسلامية قائمة على العدل ومنع الظلم، فإذا أدرك العقلاء ما في هذه المعاملة من الغش والاستيلاء على أموال الآخرين بغير حق ودعوا من ثم إلى منعها، فالإسلام أولى بذلك. ويمكن القول بحرمة الاشتراك في هذا النوع من البرامج[١].

٣. فتوى الدكتور محمد سعيد رمضان البوطي[٢].

٤. فتوى الدكتور عبد الله الطيار[٣].

٥. فتاوى الدكتور أحمد الحجي الكردي[٤].

٦. فتاوى الدكتور حسين شحاتة[٥].

---

(1) www.islamtoday.net

(٢) ينظر: الصفحة الرسمية للدكتور البوطي، com.facebook.ar-ar

(٣) على موقعه: net.islam-m.www

(٤) له عدة فتاوى على موقعه: net.fatwa-islamic.www

(٥) له عدة دراسات على موقعه: com.darelmashora.www//:http

٧. فتاوى لكل من الشيخ محمد صالح المنجد، الدكتور أحمد السهلي، الدكتور إبراهيم الضرير، الدكتور عبد الحي يوسف، الشيخ يحيى الزهراني[١].

٨. فتوى الشيخ محمود عكام[٢].

٩. فتوى الدكتور سعود الفنيسان عميد كلية الشريعة بجامعة الإمام[٣].

١٠. فتوى مفتي الأردن السابق الدكتور نوح سلمان[٤].

فتوى أمين الفتوى في وزارة الاوقاف السورية الدكتور علاء الزعتري، وقال فيها: إن التسويق الشبكي بكافة صوره واشكاله، ومختلف تسمياته وبعيدا عن السلعة أو الخدمة التي يروج لها يعدّ من الغرر

---

(١) وكلها منشورة على موقع صيد الفوائد

http//:www.saaid.net/fatwa/f41.htm

(٢) منشورة على موقعه

www.eftaa-aleppo.com/fatwa/index.php?module=fatwa&id

(٣) منشورة على موقع

www.islamfeqh.com/News/NewsItem.aspx?NewsItemID

(٤) منشورة على موقع دار الافتاء الاردنية، اسم المفتي: سماحة المفتي العام السابق الدكتور نوح علي سلمان، الموضوع: حكم التسويق الشبكي، رقم الفتوى: ٦٤٤، التاريخ: ٢٢-٠٤-٢٠١٠ التصنيف: مسائل مالية معاصرة

www.aliftaa.jo/index.php/ar/fatwa/show/id644/

والجهالة والتدليس المنهي عنها ويقود في نهاية الامر الى الميسر (القمار) لذلك يجب تجنبه[١].

١١. فتوى أبو عبد المعزِّ محمَّد علي بن بوزيد بن علي فركوس القُبِّي، من علماء الجزائر، وفيها: وبناءً على ما تقدَّم، فإنَّ حرمة هذه المعاملة تتأكَّد بمجموع المحاذير السابقة المقترنة بها، وإن كان محذورٌ واحدٌ يكفي في الحكم عليها بالمنع لما اشتملت عليه من الظلم والفساد، والتسويق الشبكيُّ -بأسلوبه الإغرائيِّ- لا يمتُّ بصلةٍ للسمسرة المشروعة للفوارق العديدة بينهما -كما تقدَّم-، وإنما حقيقة التسويق الشبكي ألصقُ بالميسر والمقامرة والربا[٢].

١٢. فتاوى علماء المجمع الفقهي العراقي (الدكتور احمد عواد محمد الكبيسي والدكتور عبد الستار عبد الجبار والدكتور ضياء الدين عبد الله الصالح والشيخ نوري الحنفي)[٣].

---

(١) جريدة الوطن، العدد ١٩٧٦، السنة الثامنة، صدر بتاريخ ١/٩/ ٢٠١٤.

(٢) الفتوى رقم: ١١٣٥، الصنف: فتاوى المعاملات المالية- البيوع، عنوان الفتوى: في حكم التسويق الشبكي (الهرمي) الجزائر في: ١٤ ربيع الثاني ١٤٣٣هـ، الموافق: ٧ مارس ٢٠١٢م.

(٣) منشورة على موقع المجمع الفقهي العراقي وبعضها وثائق في قسم الفتوى في المجمع.

١٣. فتوى الشيخ الدكتور عبد الملك السعدي[١].

١٤. فتوى الدكتور على محي الدين القره داغي[٢].

١٥. فتوى د. عبد الركبان[٣].

رابعا: ترجيحات الباحثين المعاصرين

١. مقررات المؤتمر السادس الذي عقدته كلية الشريعة بجامعة الزرقاء الأهلية في الاردن[٤].

٢. الباحث بندر بن صقر الذيابي في دراسته «التسويق الشبكي تكييفه وأحكامه الفقهية»[٥].

٣. الباحث رفعت خلف حسين العزاوي في دراسته: «فقه المستجدات من المعاملات المالية في العراق بعد الاحتلال دراسة

(١) منشورة على موقعه الرسمي (الأمة الوسط).

(٢) منشورة بعنوان «التسويق الشبكي بين الحل والحرمة) على شبكة (اسلام او لاين).

(٣) فتوى الركبان والضرير، ينظر: الحكم الشرعي للتسويق الشبكي، عبد الرزاق شرع، ص ١٤٩.

(٤) تحت عنوان قضايا مالية معاصرة) في ١٠-١٢/ ٨/ ٢٠٠٤.

(٥) أصلها رسالة ماجستير في جامعة محمد بن سعود الإسلامية- المعهد العالي للقضاء، سنة ١٤٢٦.

مقارنة»[١].

٤. الأستاذ الدكتور صبحي فندي الكبيسي في بحثه «التسوق الشبكي (نظرة اقتصادية إسلامية)»[٢].

٥. د. حسام الدين عفانه في بحثه «أسباب تحريم التسويق الشبكي»[٣].

٦. أحمد سمير قرني في دراسته الموسومة «حكم التسويق بعمولة هرمية دراسة فقهية قانونية مقارنة »[٤].

٧. عمار الضلاعين في دراسته الموسومة «شركات التسويق الشبكي دراسة فقهية مقارنة».

٨. د. أسامة عمر الأشقر في دراسته «التسويق الشبكي من المنظور الفقهي»، يقول: نرجح القول بمنع معاملة التسويق الشبكي وتحريم

(١) أصلها: أطروحة دكتوراه، كلية الإمام الأعظم الجامعة في بغداد.

(٢) أصله بحث مقدم إلى المجمع الفقهي العراقي.

(٣) (وخلاصة الأمر أن التسويق الشبكي محرمٌ شرعاً لاشتماله على عدة أمور مبطلة للعقد كالربا بنوعيه النسيئة والفضل، والقمار والغرر والغش والخداع، وأنصح الناس أن لا ينخدعوا بما تروجه الشركة ووكلاؤها من الربح السريع فكل ذلك من الكسب غير المشروع).

(٤) منشورة على موقع: http://iefpedia.com/arab/?p=26704

التعامل مع هذه الشركات تحت أي ظرف[١].

٩. إبراهيم الشيخ أحمد الضرير في دراسته الحكم الشرعي لشركات التسويق الشبكي[٢].

١٠. د. حسين الشهراني.

١١. د. رفيق المصري[٣].

١٢. محمد بن صالح حمدي[٤].

١٣. الشيخ علي بن حسن الحلبي[٥].

١٤. أ.د. بوزيد كيحول، وعبد الرزاق شرع [٦].

١٥. خالد بن محمد الجهني[٧].

---

(١) (التسويق الشبكي من المنظور الفقهي د. اسامة الاشقر ص ٢٠).

(٢) التكييف الفقهي لشركات التسويق الشبكي، مركز الكلم الطيب، ط١/ ٢٠٠٢، ص ٦٤.

(٣) الحكم الشرعي في التسويق الشبكي، شرع ، ص ١٤٩.

(٤) في دراسته : التسويق الشبكي مفهومه واثره وحكمه الشرعي.

(٥) في كتابه: تعريف عقلاء الناس بحكم معادلة بزناس، دار الجنان- جامعة الزرقاء- الاردن.

(٦) في بحثهما الحكم الشرعي في التسويق الشبكي، وتوصلا الى أنه يحرم التعامل بالتسويق الشبكي، ينظر: مجلة روافد للبحوث والدراسات - العدد الثاني/ ٢٠١٧، ص ١٥٦.

(٧) في دراسته : التسويق الشبكي من وجهة نظر إسلامية، ص ٢١.

الأدلة ومناقشتها

- **أولا: أدلة المجيزين بشروط ومناقشتها**

يمكن إيراد أدلتهم ومناقشتها من خلال مسلكين هما :

المسلك الأول: أدلتهم في أصل المعاملة، وهي معتمد من يقول بالجواز ولذا سيتم التوسع فيها:

١. إن ما تقوم به شركات التسويق الشبكي من تسويق منتجاتها إنما هو من قبيل البيع الجائز[١].

ويرد عليه[٢]: بإن من شروط البيع الصحيح أن يكون محل عقد البيع منتفعا به، ومقصودا، فإن لم يكن كذلك فهو إضاعة للمال وأكل أموال الناس بالباطل من قبل البائع، و إذا تقرر هذا فان منتجات هذه الشركات غير مقصودة لذاتها، وليست مما ينتفع به، وان قيمتها تتجاوز القيمة الحقيقة مرات مضاعفة، وبعض المنتجات عبارة عن برامج وخدمات الكترونية يدفع المشترك مقابلها مبالغ كبيرة، علما أن هذه المنتجات تقدم مجانا في مواقع أخرى، وتعد من الأموال المباحة

(١) من فتوى الصيادي في فتواه المحررة.

(٢) ينظر: فقه المستجدات من المعاملات المالية في العراق، رفعت خلف العزاوي، ص ١٨٢-١٨٣.

المملوكة للجميع.

٢. أن التعامل معها والأرباح التي يأخذها المشترك من قبيل الجعالة وهي جائزة شرعا، وعند بعض الفقهاء تصح الجعالة بما فيها من جهالة.

ويرد عليه[1]**: بأن الجَعالة:** هي ما يعطاه الإنسان على أمر يفعله بأن يقال: من فعل كذا فله كذا فيجعل شيئا معلوما من المال لمن يعمل له عملًا معلوما، وهو يخالف ما يأخذه المُسوَّق بأمور:

الأول: الجَعل في الجعالة محدد أما في التسوق الشبكي فغير محدد.

والثاني: الجَعل في الجَعالة مقطوع به عند تحقق شرط الجاعل أما في التسوق الشبكي فقد يتمكن من إقناع المشتركين وقد لا يتمكن، وإذا لم يحصل المجعول له في شرط الجعالة على الجعل لا يعد مقامرا لأنه لم يخسر ماله، أما في التسوق الهرمى فإذا لم يحصل المسوق على العمولة فإنه يكون قد خسر ماله دون مقابل وهذه الصورة

(١) ينظر: دراسة أسباب تحريم التسوق الشبكي للدكتور حسام الدين عفانه، وبحوث ندوة التميز الفقهية – التسويق الشبكي، مركز التميز للبحوث والدراسات الاقتصادية – العدد الاول- الجزائر، ٢٠١٤، ص ٦٦، والتسويق الشبكي في المنظور الشرعي، د. عبد الستار عبد الجبار، وفتاوى مركز الفتوى في موقع الاسلام ويب.

هي جوهر القمار، وهي أحد أسباب التحريم في هذه المعاملة.

والثالث: إن جواز أخذ الجعالة مشروط عند الجمهور بأن يقوم العامل بالعمل هو بنفسه ؛ حتى يستحق الجعل، فإن لم يقم بالعمل بنفسه فلا يحل له أخذ الجعل[١].

والمشترك الأول لا جهد له في جلب أو عمل المشتركين في الصف الثاني من المصفوفة الهرمية، فلا يكون له جهد فلا يستحق أي أجور، وما يأخذه سحت ؛ لأنه أخذ لمال لم يقابله شيء وبغير حق، ولا يدخل هذا العمل تحت ما أذن الله به من الاموال ؛ لأن الجهد لغيره لا له[٢].

٣. إنها من قبيل التعامل بالسمسرة فالعلاقة بين المُسوِّق والشركة علاقة وكالة، فالمشترك وكيل للشركة (سمسار) ويستحق الوكيل أجرًا على عمله، والسمسرة جائزة شرعا.

ويرد عليه بأمور[٣]:

الأوَّل: إنَّ السمسرة عقدٌ يُكلَّف بموجَبه السمسارُ بالبحث عن

---

(١) ينظر: التاج والاكليل ٧/ ٥٩٥، والمجموع للنووي ٧/ ١٠٩، والمغني لابن قدامة ٦/ ٢٠.

(٢) ينظر: فتوى الدكتور عبد الملك السعدي في موقع الامة الوسط.

(٣) ينظر: دراسة أسباب تحريم التسوق الشبكي للدكتور حسام الدين عفانه، والتسويق الشبكي في المنظور الشرعي، د. عبد الستار عبد الجبار، وفتاوى مركز الفتوى في موقع الاسلام ويب.

شخصٍ آخَرَ لربط العلاقة بين الطرفين قصْدَ إبرام العقد بينهما مقابلَ أجرةٍ، بينما نظام التسويق الشبكي يقوم المشارك فيه بدفع الأجر لتسويق بضاعة الشركة أو منتجها، أو يُلزم بشراء البضاعة التي يسوِّق لها وبثمن يزيد عن ثمن المثل في أغلب الأحيان، أما الوكيل فغالبا ما يأخذ أجره على عمله دون أن يُلزَم بشراء السلعة.

الثاني: يتميَّز عقد السمسرة بغياب العلاقة التبعية، أي: لا تربط السمسار أيُّ علاقةٍ تبعيةٍ بعميله، في حين تربط المشاركَ -في نظام التسويق الشبكي- علاقةٌ تبعيةٌ بعميله حتى يَصِلَ التسويق الشبكي إلى نهايته.

الثالث: العقد الذي يبرمه السمسار مع عميله ينتهي متى أبرم الطرفان العقدَ ويستحقُّ السمسار أجرةً، بينما في التسويق الشبكي قد يستمرُّ التسويق إلى وقتٍ لا يدري المشترك فيه ما إذا كان غانمًا أو غارمًا، كما أن (السمسرة) عقد جائز لكل من الطرفين فسخه برضا الطرف الآخر وبغير رضاه، أما في التسويق الشبكي فالعقد مع المتسوق عقد لازم من طرف الشركة؛ جائز من قبل المشترك، فلا يحق للشركة فسخ تعاقدها من قبلها ما دام المشترك ملتزمًا بمهمته.

الرابع: عقد السمسرة عقدُ وساطةٍ وتقريبٍ بين العميل والمتعاقَد معه، يقوم السمسار على حمل إرادة الطرفين على التعاقد، ويكون هدفه

الأساسيُّ تسهيلَ عملية التعاقد على البضاعة أو المنتج محلِّ التعاقد بصورةٍ حقيقيةٍ، أي: أنَّ البضاعة أو المنتج مقصودٌ في ذاته مجرَّدٌ عن أيِّ تلبيسٍ، بينما التسويق الشبكي ليس بهذه الصورة، فهدفه الأساسيُّ الذي يرمي إليه إنما هو تحصيل العمولات والأرباح، فيسوِّق البضاعة بنفسه لمن يريد أن يسوِّقها إلى غيره، من غير أن تكون البضاعة أو المنتج مقصودًا في ذاته، و إنما هو معبرٌ للتوصُّل إلى توفير المال وتكثيره.

الخامس: المسوِّق يأخذ عمولته من جهده وجهد غيره من العملاء ممن هم تحته في الشبكة، بينما يأخذ السمسار أجره على عمله فقط، فمن يستحق العمولة هو من قام بالدعاية للشركة وأتى بالزبون، أما الذين فوقه في الهرم فلا حق لهم بهذا لأنهم لم يمارسوا الدعاية، وقولهم أنهم يدربون مَن تحتهم لا يعطيهم الحق بعمولة بل بأجر معلوم من السمسار إن أقر لهم به.

السادس: فرض نظام متوازن للعمولة يمين ويسار أو أي اسم آخر؛ غير شرعي لأنه قمار وليس سمسرة، فالعقد ليس وكالة لهذه الفروق.

٤. إن المشترك يعمل أجيرًا لدى الشركة والإجارة جائزة بالإجماع.

ويرد عليه بأن إجارة الأجير تخالف ما يأخذه المتسوِّق بأمرين[1]:

---

(١) ينظر: دراسة أسباب تحريم التسوق الشبكي للدكتور حسام الدين عفانه، والتسويق الشبكي في المنظور الشرعي، د. عبد الستار عبد الجبار، وفتاوى مركز

أولهما: شرط الإجارة أن تكون الأجرة معلومة، والأجرة في التسويق الشبكي مجهولة[١]، وهذا أمر قد ورد النهي عنه، عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رضي الله عنه: «**أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ نَهَى عَنْ اسْتِئْجَارِ الْأَجِيرِ حَتَّى يُبَيَّنَ لَهُ أَجْرُهُ. وفي رواية: إِذَا اسْتَأْجَرْتَ أَجِيرًا فَأَعْلِمْهُ أَجْرَهُ**»[٢].

وثانيهما: يشترط في الإجارة أن يكون الأجل معلومًا، وفي التسويق الشبكي يجهل كل من الطرفين الأجل جهالة فاحشة فلايعلم المشترك كم سيستغرق وقت إقناع مشترك جديد يقوم بشراء هذا المنتج ليأخذ الأجرة أو العمولة. ولهذين الفرقين لا يمكن أن يكون العقدُ عقدَ إجارة، ومن ثم لا يحل أخذ المال عن هذا الطريق[٣].

٥. إن العمولات التي تقدمها الشركة للمشترك من باب الهبة، وهي جائزة شرعا، ولا يمنع أخذ المال من غير عمل، لأن الإنسان قد يحصل

الفتوى في موقع الاسلام ويب.

(١) التسويق الهرمي وحكم شركة آجلوكو، رقم الفتوى: ١٠٣٧٨٤، الإثنين ١٢ محرم ١٤٢٩ - ٢١-١-٢٠٠٨.

(٢) أخرجه الإمام أحمد ١٨/ ١١٦، حديث رقم ١١٥٦٥، وهذا إسناد ضعيف لانقطاعه، إبراهيم: وهو ابن يزيد النخعي لم يسمع من أبي سعيد، والرواية أخرجها النسائي موقوفة، ٧/ ٣١، حديث رقم ٣٨٥٧.

(٣) التسويق الشبكي في المنظور الشرعي، د. عبد الستار عبد الجبار، مجلة رسالة المجمع، العدد ٢ لسنة ٢٠١٦.

على مال مباح من غير نصب ولا تعب كالهبة والميراث، وأن ما تعطيه الشركات من مكافآت على انضمام الزبائن إلى الشركة شبيه بجزاء الله تعالى على الأعمال الصالحة، فهو يؤتي الناس أجورهم على أفعالهم التي يباشرونها وعلى أفعال من سلك مثل طريقهم، خيرا أو شرا[١].

ويرد عليه: بان ذلك غير صحيح ؛ لعدم تقييده بذلك في العقد، ولو سلم فليس كل هبة جائزة شرعًا، فالهبة على القرض ربا، ولذلك قال عبد الله بن سلام لأبي بردة ﵁: «**إِنَّكَ بِأَرْضٍ الرِّبَا بِهَا فَاشٍ، إِذَا كَانَ لَكَ عَلَى رَجُلٍ حَقٌّ، فَأَهْدَى إِلَيْكَ حِمْلَ تِبْنٍ، أَوْ حِمْلَ شَعِيرٍ، أَوْ حِمْلَ قَتٍّ، فَلاَ تَأْخُذْهُ فَإِنَّهُ رِبًا**»[٢]، والهبة تأخذ حكم السبب الذي وجدت لأجله، ولذلك قال عليه الصلاة والسلام: « أَفَلاَ قَعَدْتَ فِي بَيْتِ أَبِيكَ وَأُمِّكَ، فَنَظَرْتَ أَيُهْدَى لَكَ أَمْ لاَ ؟»[٣].

وهذه العمولات إنما وجدت لأجل الاشتراك في التسويق الشبكي، فمهما أعطيت من الأسماء سواء هدية أو هبة أو غير ذلك، فلا يغيّر ذلك من حقيقتها وحكمها شيئًا، فالعبرة بالعقود بالمقاصد والمعاني

(١) الحكم الشرعي في التسويق الشبكي، عبد الرزاق شرع، ص ١٤٩.

(٢) أخرجه البخاري ٥/٣٨، حديث رقم ٣٨١٤.

(٣) أخرجه البخاري ٨/١٣٠، حديث رقم ٦٦٣٦، ومسلم ٣/ ١٤٦٣، حديث رقم ١٨٣٢.

لا الألفاظ والمباني .

كما أن قياس مضاعفة أخذ الأموال على مضاعفة الأجور المعنوية، قياس مع الفارق ، لأن قياس المادي على المعنوي لا يصح دوما و إلا فعليه يكون جواز الربا أضعافا مضاعفة، وجواز اخذ الأجرة على الكفالة والشفاعة، وهي ممنوعة باتفاق الفقهاء[1]، لأن مآل بعضها إلى الربا، و إذا قيل بان النص اخرج الربا، فإن النص قيد أخذ المال بغير عمل بصور محددة، والأصل في أموال الغير الحرمة والعصمة، قال الشافعي: أصل مال كل امرئ يحرم على غيره إلا بما أحل به[2]، وقال التفتازاني: الأصل في أموال المسلمين العصمة[3]، وقال عبد الرحمن السعدي: الأصل في الأموال التحريم، قال الشارح: هذه أيضا قاعدة

---

(١) لقوله عليه الصلاة والسلام : اشْفَعُوا تُؤْجَرُوا ، أخرجه البخاري ٢/١١٣، حديث رقم ١٤٣٢، وقال جمهور الفقهاء : لا يجوز للشافع أخذ هدية بحال من الأحوال، لأنها كالأجرة، والشفاعة الحسنة من المصالح العامة فيحرم أخذ شيء في مقابلها. ينظر: حاشية الرملي ٤ / ٣٠٠، وكشاف القناع ٦ / ٣١٧. وفي بدائع الصنائع ٦/١٤٧) : ضَمَانُ الْكَفَالَةِ لَا أُجْرَةَ عَلَيْهِ؛ لِأَنَّ الْأُجْرَةَ وَالضَّمَانَ لَا يَجْتَمِعَانِ.

(٢) البحر المحيط في أصول الفقه، محمد بن بهادر بن عبد الله الزركشي ، ج٧/ ٢٦٦.

(٣) شرح التلويح على التوضيح لمتن التنقيح، سعد الدين مسعود بن عمر التفتازاني ، ج٢/١٨١.

مستمرة في الشريعة، الأصل في أموال الناس أنها معصومة لا يجوز أخذها إلا بالحق[١] ، وهو أمر محل إجماع ، قال ابن المنذر: أجمع أهل العلم على تحريم أموال المسلمين ودمائهم إلا حيث أباحه الله تعالى ورسوله ﷺ[٢] ، ولذا فإن أخذ أي مال بحاجة إلى تصرف يستند إلى نص أو حكم شرعي.

كما أن وجود المضاعفة لا تعطي الشرعية للعمل بل تعتمد على أصل المعاملة، والقول بعدم جوازها يلحقها من باب أولى بمضاعفة السيئات لدلالة الآخرين على عمل ممنوع شرعا، فعليه وزره ووزر من عمل به إلى يوم القيامة.

٦. إن الثمن الذي يدفعه المشتري في الظاهر هو مقابل السلعة، والعمولة التي يأخذها في مقابل جهد التسويق وتعبه ، فما دامت السلعة قد توسطت فلا قمار ولا ربا، كما إنّ المسوق يستحق عمولة كقيامه مع مالك الدكان وتاجر الجملة ، حيث يستفيدان من تاجر التجزئة بأخذ أجرة المحل وقيمة البضاعة، وكذلك المسوق الأول يستفيد من شراء الذي بعده لأنه أسس له الطريق إلى الشبكة[٣].

---

(١) شرح منظومة القواعد، خالد بن إبراهيم الصقعبي، ص ٥٠.
(٢) الإشراف على مذاهب العلماء، لابن المنذر النيسابوري ، ج٨/ ص ١٧٦.
(٣) الحكم الشرعي في التسويق الشبكي، شرع، ص ١٤٨.

ويرد عليه من طريقين :

الأول: أن هذا التكييف ينطبق على الصف الأول الذي تعامل معهم المشترك الأول، وهـذا محط اتفـاق ، ولكن الإشكالية في الصفوف التي تليه والتي يأخذ عنها المشترك الأول العمولة، من غير اتصال مباشر معه ولا جهد، كما أن تاجر التجزئة هو الذي ينتفع من المستهلك، ولا علاقة لتاجر الجملة إلا بقدر ما يأخذ منه من بضاعة، وهو رابح سواء صرفت البضاعة أم لم تصرف لدى تاجر التجزئة، ولا علاقة له بالمستهلك، كما أن جعل هذه العمولة بمقابل إلغاء أجرة المحل والدعاية وتعدد الوسطاء ينافي أصل التسويق الشبكي الذي يقوم على إلغاء الوسطاء والدعاية حتى لا تؤثر بصورة كبيرة على قيمة السلعة .

الثاني: ليس كل توسط للسلعة ينقل المعاملة للجواز والإباحة، وقد سبق أن بينا أن العينة وبيع المعاملة حرمهما الفقهاء مع وجود السلعة، لأنها غير مقصودة، أو لفحش الثمن.

المسلك الثاني: ما يتعلق بالشروط ومناقشتها

يدل تقييد الجواز بشروط، على أن التخوف لدى القائلين به وارد لديهم من طبيعة عمل شركات التسويق الشبكي، أو تنوعه، وقد يكون اطلاع بعضهم لم يكن مفصلا ولذا تراجعوا عن الجواز المشروط

إلى المنع لتحقق عدم الالتزام بالشروط، والمشكل إن إصدار الجواز المشروط يكون ذريعة للقائمين على هذه الشركات باجتزاء الفتوى والاقتصار على الجواز من دون ذكر للشروط المقيدة، والتي في الأغلب يتم تجاوز الالتزام بها أو عدم مراعاتها، ويدرك ذلك من يطلع على بنود عقود هذه الشركات، بل أن بعض القائمين على هذه الشركات يحاول التحايل في معالجة هذه الشروط بصورة مصطنعة غير حقيقية كالتدريب الشكلي وغيره.

ولذا نرى أن هذا القول لا يعتد به في ظل حقيقة عمل هذه الشركات والوقوف على البنود التفصيلية لعقودها.

ولذا نجد الدكتور رفيق المصري المتخصص بالاقتصاد الإسلامي، ينتقد من يضع شروطا، يقول: قد عرضت على بعض الفقهاء فأفتى بجوازها بشرط أن تكون منتجات المنشأة حلالا، ويشترط ألا يكون في هذه المعاملة جهالة أو غرر أو ربا أو رشوة أو قمار أو خداع، وكنت أتمنى أن لا نكون الفتوى على هذه الشاكلة ، إذ كان على المفتي أن يقول (لا ادري) بسبب عدم تمكنه من فهم المعاملة[١].

---

(١) ينظر: إشكالية فتاوى التسويق الشبكي، حسام صبري عبد المنعم، ص ٢٨.

ثانيا: أدلة المانعين[١]

أولاً: التكييف الفقهي لمعاملات التسويق الشبكي أنه بيع نقود بنقودٍ، ومآله الربا المحرم شرعاً، فالمشترك يدفع مبلغاً قليلاً من المال ليحصل على مبلغ كبير، فالعملية بيع نقودٍ بنقود مع التفاضل والتأخير، وهذا هو الربا المحرم بالنصوص القطعية من كتاب الله عز وجل ومن سنة النبي ﷺ وأجمعت الأمة على تحريمه.

ثانياً: هذه المعاملة من الغرر المحرم شرعاً، لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أم لا؟ والتسويق الشبكي أو الهرمي مهما استمر فإنه لا بد أن يصل إلى نهاية يتوقف عندها، ولا يدري المشترك حين انضمامه إلى الهرم هل سيكون في الطبقات العليا منه فيكون رابحاً، أو في الطبقات الدنيا فيكون خاسراً؟ والواقع أن معظم أعضاء الهرم خاسرون إلا القلة القليلة في أعلاه، فالغالب إذن هو الخسارة، وهذه هي حقيقة الغرر، وهي التردد بين أمرين أغلبهما أخوفهما، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: «**نَهَى رَسُولُ اللهِ ﷺ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ**»[٢].

---

(١) سنعتمد في ذكر الأدلة على فتوى هيئة كبار العلماء في السعودية ودراسة أسباب تحريم التسوق الشبكي للدكتور حسام الدين عفانه.

(٢) أخرجه مسلم ٣/١١٥٣، حديث رقم ١٥١٣.

ثالثاً: السلع التي تبيعها الشركة ليست مقصودة لذاتها وإنما هي ستار للعملية، وذريعة للحصول على الأرباح فهي غير مقصودة للمشتركين[١]، فلا أثر لوجودها في الحكم. جاء في فتوى اللجنة الدائمة: هذا النوع من المعاملات محرم، وذلك أن مقصود المعاملة هو العمولات وليس المنتج، فالعمولات تصل إلى عشرات الآلاف، في حين لا يتجاوز ثمن المنتج بضع مئات ولو تخلت الشركة عن هذه المبالغ المدفوعة للمشاركين، لما أقبل على شراء بضاعتها بهذا الثمن إلا ندرة من الناس[٢]، وكل عاقل إذا عرض عليه الأمران فسيختار العمولات، ولهذا كان اعتماد هذه الشركات في التسويق والدعاية لمنتجاتها هو إبراز حجم العمولات الكبيرة التي يمكن أن يحصل عليها المشترك، وإغراؤه بالربح الفاحش مقابل مبلغ يسير هو

(١) لقد جاء العشرات ممن يرغب بالاشتراك في التسويق الشبكي إلى المجمع الفقهي العراقي ، وعند سؤالنا عن مقصدهم من الاشتراك : يقولون العمولات، وليسوا بحاجة إلى البضاعة، مما أحرج المدراء والمشتركين في الصف الأول الذين يدعون أن الأصل بالتسويق هي البضاعة.

(٢) فتوى التعامل مع شركة البزناس، رقم الفتوى: ١٩٣٥٩، الأربعاء ١٩ ذو الحجة ١٤٢٤ - ١١-٢-٢٠٠٤حكم التسجيل على النت بطريقة المصفوفة ،رقم الفتوى: ١٢٠٩٦٤، السبت ٢١ جمادى الأولى ١٤٣٠ - ١٦-٥-٢٠٠٩، وفتوى التعامل مع شركة البزناس، رقم الفتوى: ١٩٣٥٩، الأربعاء ١٩ ذو الحجة ١٤٢٤ - ١١-٢-٢٠٠٤.

ثمن المنتج، فالمنتج الذي تسوقه هذه الشركات مجرد ستار وذريعة للحصول على العمولات والأرباح.

وأما إدخال (الساعة) أو أي بضاعة أخرى فلا يقلب المعاملة إلى الحِل؛ لأن الغرض منها هو التوصل إلى المال، وليست مقصودة لذاتها، بدليل أن ثمنها المعروض في الشركة أغلى من قيمتها الحقيقية في السوق، وبدليل أن المساهم في هذه الشركة إنما يطمع في المبالغ المتحصلة من عمولات الزبائن التي قد تفوق قيمة تلك البضاعة[1]، وواقع التعامل يثبت ذلك ، ففي أمريكا ثبت أن هذه السلع والخدمات التي تقدمها شركات التسويق الشبكي غير مقصودة من قبل المستهلكين ، فقد ثبت أن ٧٠٪ من هذه المنتجات تباع لغير المستهلكين العاديين، وهي لا تدخل السوق ولا يقصد منها ترويجها للمستهلكين[2].

كما أنَّ هذه المبادلة لها شبهٌ قريبٌ ببيع العينة حيث يكون المقصود منها التحايلَ على تحريم الربا باتِّخاذ عينٍ أو سلعةٍ للوصول

(١) دار الإفتاء الأردنية، الموضوع: حكم التسويق الشبكي، رقم الفتوى: ٦٤٤ التاريخ: ٢٢-٠٤-٢٠١٠.

(٢) دراسة بعنوان: اكبر عشرة أكاذيب عن التسويق الشبكي روبرت فيتز، منشور في مواقع عدة على شبكة الانترنت.

إلى تحصيل الربا تحت غطاء البيع، وقد ورد تحريمه في قوله ﷺ: «إِذَا تَبَايَعْتُمْ بِالْعِينَةِ، وَأَخَذْتُمْ أَذْنَابَ الْبَقَرِ، وَرَضِيتُمْ بِالزَّرْعِ، وَتَرَكْتُمُ الْجِهَادَ، سَلَّطَ اللهُ عَلَيْكُمْ ذُلاًّ لاَ يَنْزِعُهُ حَتَّى تَرْجِعُوا إِلَى دِينِكُمْ»[1].

رابعاً: وجود القمار في معاملة أكثر شركات التسويق الشبكي، لأن من يجلب عملاء جدد سوف يحصل على نتيجة عالية من الدخل، ومن لا يستطيع سوف يقف عندها ولا يحقق شيئا وسوف يخرج من الشبكة[2]، فالمشترك يدفع مالًا مخاطراً به تحت تأثير إغرائه بعمولات التسويق التي تدر له أرباحاً كبيرةً إذا نجح في جمع عددٍ كبيرٍ من الأشخاص، ويعتمد نظام العمولة في شركات التسويق الشبكي على إحضار مشتركين آخرين يقسمهم إلى مجموعتين إحداهما على اليمين والأخرى على الشمال ولا بد من تساوي المجموعتين كي يحصل المشترك على العمولة، والمال الذي دفعه المشترك فيه المخاطرة فربما يحصل على العمولة إذا أحضر العدد المطلوب من المشتركين الآخرين وربما يخسر إذا لم يتمكن من إحضارهم. وهذا هو وجه المقامرة في الشركة، ومن المعلوم أن القمار من المحرمات، قال

(١) سبق تخريجه.

(٢) ينظر: دراسة بعنوان: التسويق الشبكي من منظور اقتصادي اسلامي، حمزة عدنان مشوقة واحمد نعيم حسين، دائرة الافتاء العام – الاردن، ص ٣.

الله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ (المائدة:٩٠).

ويرد عليه : بأن وجود السلعة ذات الفائدة ينفي شبهة القمار والغرر؛ يقول الأستاذ إبراهيم الكلثم: "أين المقامرة والغش والخداع والغرر مع أن السلعة موجودة والفائدة متحققة، وأين الغرر والجهالة بل هو منفي في هذه المسألة"[١].

ويجاب عنه بوجود السلعة بشكل صوري وأن تكون غير مقصودة لا يدفع القمار ولا الغرر بل هو تحايل لتمويه المآل اليهما.

خامساً: التسويق الشبكي يُعد من صور الغش والاحتيال التجاري، وهو لا يختلف كثيراً عن التسويق الهرمي الذي منعت منه القوانين والأنظمة[٢]، فالتسويق الشبكي كالهرمي يجعل أتباعه يحلمون بالثراء

---

(١) انظر: رد رسالة الأستاذ إبراهيم الكلثم على الدكتور سامي السويلم، موقع الإسلام اليوم، https://goo.gl/xL٧PvP.

(٢) فهو ممنوع ومحارب في الولايات المتحدة الأمريكية ومعظم دول أوروبا واسيا وجنوب أفريقيا ، كما حذر كثير من الاقتصاديين الغربيين من خطورة هذا النوع على الاقتصاد الوطني والأضرار بمصالح المتعاملين ، وقد أوضحت هيئة التجارة الأمريكية الفيدرالية في بحث قدمه الأمين العام السابق لها Debra A. Valentine - معيارا واضحا للتفريق بين نوعي التسويق ، فبرامج التسويق الهرمي سواء قامت على اشتراكات مالية مجردة، أو دخلت السلع

السريع، لكنهم في الواقع لا يحصلون على شيء، لأنهم يقصدون سراباً، بينما تذهب معظم المبالغ التي تم جمعها من خلالهم إلى أصحاب الشركة والمستويات العليا في الشبكة، ولذلك منعت العديد من الدول من التسويق الشبكي -بعض الدول العربية منعت التسويق

كوسيط ، تشترك فيما بينها على وعود للمستهلكين والمستثمرين على جني أرباح كبيرة، تستند إلى تجنيد آخرين للانضمام إلى برامجهم ، وليس على استثمار حقيقي أو بيع حقيقي لمنتجاتهم، فلا توجد مبيعات تجهز في الأسواق أو للناس المستهلكين بل تقتصر المبيعات على المجندين داخل الهرم .

ولذا قيدت الحكومة الكندية التسويق الشبكي في قانون المنافسة ببنود خاصة ، ووضعت شروطا قانونية لمشروعية التسويق الشبكي، منها:

١. **ألا يشترط على المشاركين دفع مبلغ مالي مقابل عمولات على إقناعهم أشخاصا بالانضمام.**
٢. **ألا يشترط على المشاركين شراء كمية معينة من المنتجات لغاية الإشهار، بثمن غير التكلفة الحقيقية.**
٣. **أن يكون للمشترك إمكانية إرجاع المنتجات للشركة بالشروط التجارية العادية في السوق.**

وفي الصين صدر قرار بمنع شركات التسويق الشبكي في عام ١٩٩٨م، وكذلك وضعت فرنسا ضوابط شديدة فيما يتعلق بالتسويق الشبكي ضمن قانون المستهلك رقم (٩٥٩٦).

ينظر: التسويق الشبكي من منظور اقتصادي اسلامي ، ص ٥.

الشبكي[1]- وحذرت الجمهور من الوقوع في مصيدة الشركات التي تعمل في هذا النمط من التسويق، لقناعتها بأنه لا يعدو أن يكون صورة من صور الغش والخديعة.

فإن الوضع العام للشركة لا يقوم على أساس المتاجرة بها، بل على أساس تجميع أكبر قدر من المشتركين، وإطماع الطبقة العليا من الشبكة الهرمية بالمكافآت، على حساب الطبقة الدنيا التي هي الأكثرية من الناس الذين لا يحصلون على شيء، وهذا يعنى وجود قلة غانمة من الناس على حساب أكثرية غارمة. وكفى بهذا فسادًا وإفسادًا[2] .

---

(١) بصورة عامة ففي البحرين أصدرت وزارة الصناعة والتجارة قرارا وزاريا رقم (٢) لسنة ٢٠١٥ تم بموجبه حظر الإعلان عن بيع المنتجات من خلال التسويق الشبكي وذلك بسبب كثرة الشكاوى التي وردت بخصوصه، وفي السعودية حذرت وزارة الصناعة والتجارة من التسويق الشبكي واعتبرته نشاطا مضللا، وفي سوريا تم إلغاء ترخيص شركات التسويق الشبكي بسبب الغش والتدليس في عملها، وحذرت المواطنين من عمليات التلاعب والاحتيال التي تقوم بها هذه الشركات ودفعهم لشراء منتجات بأسعار أعلى من أسعارها الحقيقية.

(٢) دار الافتاء الاردنية، الموضوع: حكم التسويق الشبكي، رقم الفتوى: ٦٤٤ التاريخ: ٢٢-٠٤-٢٠١٠.

سادساً: إن أخذ العمولات كلما باع المشتري الذي جاء عن طريق المشترك الأول يعتبر من باب أكل أموال الناس بالباطل وهو من المحرمات، وأخذ العمولات المعتبر شرعاً إنما يكون مقابل الجهود الفعلية التي يبذلها الشخص الوسيط لا الصورية التحايلية، وكذلك فإن العمل في هذه الشركات أكلٌ لأموال الناس بالباطل خديعةً وغشاً وتدليساً، وهذا الذي جاء النص بتحريمه في قوله تعالى: ﴿**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ**﴾ (النساء:٢٩).

ويورد عليه بأن المال الذي يدفعه المسوق يكون مقابل سلعة ينتفع بها، فلا يوجد خسارة ولا أكل لأموال الناس بالباطل.

وقد أجيب: يظهر ذلك من خلال عجز المسوق عن الإتيان بالشرط اللازم مع إتيانه بعملاء جدد، فهو يخسر جهده والتكاليف التي تكبدها، وتحصل الشركة على الأرباح.

- **الترجيح**

بعد النظر في أدلة الفريقين، نرى قوة أدلة القائلين بعدم جواز التسويق الشبكي، ووجاهة الإيرادات على أدلة الذين قالوا بجوازه بشروط.

- كما أن تجلي حقيقة هذا النوع من التسويق بعد مدة أمام الفقهاء ودور الإفتاء جعلها تتراجع عن القول بالجواز، فضلا أن ما وضعه بعض

الباحثين من شروط لإباحة التسويق الشبكي لم ولن تلتزم بها الشركات التي تقوم كليا على هذا النوع من النشاط المالي.

- إن مناط هذا النوع من التعامل المالي مركب من محذورين وهما: الخداع والتغرير، والغرر الكثير، وهو ما يعبر عنه الاقتصاديون بالاحتيال والنصب، والغرر الكثير يظهر من خلال التركيب الغريب بين شراء سلعة والاشتراك بخطة أرباح الشبكة، وهذا التركيب هو عنصر هام في التغرير بكثير من المجندين الجدد، فلولا خطة الأرباح لما أقبلوا على التسويق الشبكي، بل لولاه لم يقبلوا على المنتجات في الغالب، فيعتبر هذا الشرط من الغرر الكثير، والذي يؤدي إلى انتفاع أحد الطرفين وهي الشركة انتفاعا مؤكدا بثمن السلعة ، عن طريق تحميل المجندين أثمان السلع التي سيبيعونها، وقد ينجح المسوق في بيع السلع التي اشتراها وقد لا ينجح فيخسر أمواله –مع وجود احتمالية كبيرة لخسارة المجند ولاسيما في الصفوف المتأخرة– ، فالمنتج لم يكن مقصودا من البداية للمجند الجديد، وقد تكلف بشرائه لوجود خطة أرباح.

- إن النظر في مآلات التسويق الشبكي وآثاره تبين مدى الأضرار الناشئة عنه ، وهو أمر تحقق واقعا ونشرته وسائل الإعلام والتفت إليه الجهات المعنية بالاقتصاد والصناعة، فالآثار الاقتصادية السلبية

المترتبة عليه دفعت بعض الدول (إسلامية وغيرها) إلى إصدار قرارات بمنع التعامل مع شركاته لضرره على الفرد والمجتمع.

- ولا يتعدى مآله إلى حالة تبادل مال بمال ينتهي بأكل أموال الناس بالباطل، و إشاعة البطالة، وتعطيل الطاقات الشابة عن ممارسة الأعمال والحرف التي تنهض بالمجتمعات.

فبناء على ما سبق نرى عدم جواز التسويق الشبكي، وعدم جواز العمل في شركاته كمشتركين، والعمل على إصدار تشريع يمنع ممارسة هذا النشاط المالي.

- يجب التفريق بين التسويق الشبكي والتجارة الالكترونية المباشرة التي قال بجوازها جمهور الفقهاء المعاصرين.

- هل يمكن تحويل التسويق الشبكي إلى صورة تتوافق مع الشريعة ؟

لقد بذل بعض الباحثين القائلين بالمنع جهودا علمية في محاولة تصحيح معاملة التسويق الشبكي وقد ضبطت ذلك دائرة الإفتاء الأردنية بمجموعة من الشروط الشرعية لصحة التسويق الشبكي وهي:

الأول: ألا يشترط على الوسيط المسوق مبلغا مقدما من المال ولا ثمنا لشراء منتج؛ خروجا من شبهة الربا والقمار.

الثاني: أن يكون المنتج حقيقيا يباع بسعر السوق أو أقل؛ خروجا من الغرر والتدليس، وحتى لا تكون العمولات والأرباح هي المقصود للشركة والمسوق.

الثالث: أن يكون عمل الوسيط مقابلا لجهد أو عمل؛ حتى لا تكون أجرة الوسيط سحتا، فيشترط أن يكون الجهد المبذول حقيقيا بسمسرة مباشرة أو متابعة و إشراف مستمر وعمل جماعي، فلا يجوز للطبقة الأولى أن تستربح على جهود الطبقة الثالثة والرابعة مثلا دون بذل جهد عمل حقيقي في التسويق معهم، فينبغي تقييد الطبقات بعدد معين كخمسة أو ستة مثلا ليتمكن صاحب الطبقة الأولى من بذل جهد عمل حقيقي معهم.

الرابع: ألا تحرم الشركة المسوق من أجرته بالكامل عند عدم قيامه بجزء من عمله؛ منعا من أكل أموال الناس بالباطل، فالمسوق يستحق عمولته على قدر الجزء الذي قام به، ولا يصح شرعا للشركة حرمان المسوق من العمولة إن حقق مبيعات من جهة اليمين فقط مثلا؛ لأن الشركة استفادت من عمل المسوق دون مقابل.

الخامس: مراعاة ضوابط التجارة الإلكترونية، ومنها وجوب تقابض البدلين في تجارة الذهب والفضة، ومراعاة ضوابط الصرف، وعدم المتاجرة بالمحرمات.

السادس: الالتزام بأخلاقيات الإسلام في العمل من تجنب للغش والخداع والتزوير والإضرار بالآخرين وغير ذلك.

السابع: الالتزام بالقوانين والأنظمة في الدولة التي تعمل فيها شركة التسويق الشبكي؛ منعا من الإضرار بالاقتصاد الوطني.

ومع هذه الشروط المعتبرة إلا أننا نسجل تخوفنا من الذهاب إلى ذلك، كما سبق بيانه من قبل د. رفيق المصري ود. عبد الستار عبد الجبار، من عدم إمكانية ضبط ذلك ولا سيما في التطبيق.



الخاتمة

بعد هذه الرحلة في مدونات الفقه والإفتاء والاقتصاد بصورتها التقليدية والالكترونية، توصلنا إلى النتائج الآتية:

- إن النشاط المالي في الإسلام له خصائص تميز بها عن بقية الأنشطة في الأنظمة الأخرى، وينبغي لكل من أراد أن يمارس أي نشاط مالي أن يلم بها إجمالا ليكون على بينة، ولا يقع في حبائل الكسب الخبيث أو أكل أموال الناس بالباطل .

- إنّ فقه المآلات المتمثل بالنظر فيما يمكن أن تؤول إليه الأفعال والتصرفات والتكاليف، وبناء الإحكام الشرعية عليها معتبر شرعا ولاسيما في التعاملات المالية.

- إنّ الشريعة الإسلامية لا تقف عائقا أمام توظيف التطور التقني في التجارة والتعامل المالي، ولكنها تلزم بالأخذ بضوابطها الشرعية العامة وشروط البيع.

- إنّ التسويق الشبكي يعتمد على استخدام الأجهزة الالكترونية وشبكة المعلومات الدولية الانترنت بصورة تامة .

- يعتري هذا النوع من النشاط المالي شبهات كثيرة ، لعل من أبرزها : الجهالة والمقامرة والخداع والغرر وتتجلى في بنود عقودها،

كما فيه شبهة المآل إلى بيع النقود بالنقود التي تمثل الربا الخفي، فضلا عن كونه لا يتلاءم مقصدا أو معاملة أو آثارا مع النظام المالي في الإسلام.

- على الرغم من الاختلاف في نوع الحكم لدى الفقهاء والباحثين المعاصرين إلا أن الراجح ما ذهب إليه القائلون بعدم جواز التسويق الشبكي، واعتبار المآل له أثره في عدم جواز هذا النوع من التعامل المالي.

- لهذا النوع من التسويق آثار اقتصادية سلبية على المجتمع، إذ سيعزز البطالة وصرف الجهود عن الأعمال التي يعود نفعها للمجتمع، و إثراء طبقة الشباب بوقت قصير، مما يفسح المجال للانحراف في ظل كثرة الأموال التي تأتي من غير جهد.

- عند المقارنة بين التسويق في الاقتصاد الإسلامي وفي التسويق الشبكي نجد تباينا واختلافا ليس بالقليل ولا المحدود في كثير من إجراءاته، والجدول الآتي يوضح ذلك .

جدول في المقارنة بين التسويق في الاقتصاد الإسلامي والتسويق الشبكي[١]

التسويق في الاقتصاد الإسلامي	التسويق الشبكي
عدم أكل أموال الناس بالباطل	المهم هو الكسب بغض النظر عن الحلال والحرام
لا يقوم على الربا	الربا فيه متحقق بنوعيه ولو مآلا
لا يقوم على القمار	المقامرة واضحة فيه
الأجر والثمن معلومان	الأجر مجهول غير معلوم

(١) اعتمدنا في هذه المقارنة على دراسة (التسوق الشبكي نظرة اقتصادية إسلامية) للدكتور صبحي فندي الكبيسي بتصرف.

التعامل بالطيبات والمنافع	لا يقيم وزناً للتمييز بين السلع أن وجدت
لا يعرف الخداع والغش والاحتيال	ترويجه يقوم على الخداع والغش والاحتيال
الثمن فيه معلوم وعادل، وأن لم يكن كذلك فإن الدولة تسعر	الثمن فيه فاحش أكثر مما يتغابن به الناس في العادل
النهي عن الاحتكار، وتلقي الركبان وبيع الحاضر للبادي	هو لا يهتم بهذه النظرية الأمور أصلاً، بل يقوم على التغرير
يقود إلى تشغيل الأيدي العاملة بأنشطه نافعة للمجتمع نابعة من نظرية الاستخلاف	يؤدي إلى بطالة وخلق اقتصاد رمزي
يحقق الكفاءة والعدالة	بعيد عن تحقق الكفاءة والعدالة

- وأخيرا نوصي المسلم الذي يصر على التعامل بالتسويق الشبكي لما يدرّه عليه من أرباح وننصحه بتركه لأمرين :

الأول: لأن الحكم يدور بين الحرمة، والشبهة ولذلك قيدوا الجواز بشروط، ومن اتقى الشبهات فقد استبرأ لدينه وعرضه، كما اخبر الصادق المصدوق عليه السلام، وقد أمرنا أن نجتنب ما فيه ريبة إلى ما ليس فيه ريبة وشبهة، عنْ رَسُولِ اللهِ ﷺ قال: (دَعْ مَا يَرِيبُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيبُكَ)[1].

الثاني: من ترك أمرا دنيويا لله عوضه الله خيرا، ومن ترك أمرا دينيا لأجل الدنيا أبدله الله شرا منه:

عَنْ الإمامِ عَلِيٍّ رضي الله عنه قَالَ: «لَا يَتْرُكُ النَّاسُ شَيْئًا مِنْ دِينِهِمْ إِرَادَةَ اسْتِصْلَاحِ دُنْيَاهُمْ إِلَّا فَتَحَ اللهُ عَلَيْهِمْ مَا هُوَ أَضَرُّ عَلَيْهِمْ وَمَا هُوَ شَرٌّ عَلَيْهِمْ مِنْهُ».

وعَنِ ابْنِ مَسْعُودٍ رضي الله عنه قَالَ: «لَا تَتْرُكُونَ خَصْلَةً مِمَّا تُؤْمَرُونُ بِهِ إِلَّا أَبْدَلَكُمُ اللهُ بِهَا أَشَدَّ عَلَيْكُمْ مِنْهَا».

وعَنْ أُبَيِّ بْنِ كَعْبٍ رضي الله عنه قَالَ: «مَا تَرَكَ عَبْدٌ شَيْئًا لَا يَتْرُكُهُ إِلَّا للهِ إِلَّا آتَاهُ اللهُ مِمَّا هُوَ خَيْرٌ مِنْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ، وَلَا تَهَاوَنَ عَبْدٌ أَوْ أَخَذَهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَصْلُحُ لَهُ إِلَّا أَتَاهُ اللهُ بِمَا هُوَ أَشَدُّ مِنْهُ، مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ»[2].

وصلى الله على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين والحمد لله ربّ العالمين.

---

(١) أخرجه الترمذي، ٦٦٨/٤، حديث رقم ٢٥١٨، بسند صحيح.

(٢) أخرج هذه الآثار ابن المبارك في كتابه الزهد والرقائق، تحقيق حبيب الرحمن الأعظمي، دار الكتب العلمية – بيروت، ص١٠-١١

المصادر والمراجع

-بعد كتاب الله تعالى .

-الكتب .

١. أثر مراعاة المآلات والقصود في التفريق بين البيع والربا، عبد الله بن مرزوق القرشي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ام القرى.

٢. الاجتهاد، النص – الواقع – المصلحة، د. احمد الريسوني وجمال باروت، دار الفكر – دمشق، ١٩٩٥.

٣. الإحكام في تمييز الفتاوى عن الأحكام وتصرفات القاضي والإمام، أحمد بن إدريس بن عبد الرحمن المالكي القرافي، تحقيق: عبد الفتاح أبو غدة، مكتب المطبوعات الاسلامية – حلب، ط١٩٩٥/٢.

٤. اعتبار المآلات، الدكتور محمود هرموش.

٥. اعتبار المآلات ومراعاة نتائج التصرفات، عبد الرحمن بن معمر السنوسي، دار ابن الجوزي- الدمام، ط١/ ١٤٢٤هـ.

٦. إعلام الموقعين عن رب العالمين، محمد بن أبي بكر بن قيم الجوزية (ت٧٥١هـ)، تحقيق: طه عبد الرؤوف، دار الجيل – بيروت، د ط، د ت.

٧. التاج والإكليل لمختصر خليل، محمد بن يوسف بن أبي القاسم بن يوسف العبدري الغرناطي المواق المالكي (ت ٨٩٧هـ)، دار الكتب العلمية، ط١/ ١٩٩٤م.

٨. تفسيرابن كثير(تفسيرالقرآن العظيم)، أبوالفداء إسماعيل بن عمربن كثيرالقرشي الدمشقي (ت٧٧٤ هـ)، تحقيق: سامي بن محمد سلامة، دار طيبة للنشروالتوزيع- الرياض، ط٢/ ١٤٢٠هـ- ١٩٩٩ م.

٩. تفسير السعدي(تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان)، عبد الرحمن بن ناصربن السعدي، تحقيق: عبد الرحمن بن معلا اللويحق، مؤسسة الرسالة- بيروت، ط١/ ١٤٢٠هـ-٢٠٠٠ م .

١٠. تفسير القرطبي (الجامع لأحكام القرآن)، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر القرطبي (ت ٦٧١ هـ)، تحقيق: هشام سمير البخاري، دار عالم الكتب - الرياض ط١/ ١٤٢٣ هـ- ٢٠٠٣ م.

١١. التكييف الفقهي لشركات التسويق الشبكي، إبراهيم أحمد الشيخ الضرير، مركزالكلم الطيب ، ط١/٢٠٠٢.

١٢. تنقيح التحقيق في أحاديث التعليق، شمس الدين محمد بن أحمد بن عبد الهادي الحنبلي (المتوفى: ٧٤٤هـ)، تحقيق: سامي بن محمد بن جاد الله وعبد العزيزبن ناصرالخباني، أضواء السلف – الرياض، ط١/ ١٤٢٨هـ- ٢٠٠٧ م.

١٣. تهذيب اللغة، أبو منصور محمد بن أحمد بن الأزهري (ت ٣٧٠هـ)، تحقيق: محمد عوض مرعب، دار إحياء التراث العربي – بيروت، ط١/ ٢٠٠١م.

١٤. الجامع الصغير من أحاديث البشير النذير، جلال الدين عبد الرحمن بن أبي بكر السيوطي (ت٩١١هـ)، دار الكتب العلمية- بيروت، ط١/ ١٩٩٠م.

١٥. الجامع في أصول الربا، د. رفيق يونس المصري، دار القلم – دمشق، ط١/ ١٩٩١م.

١٦. الجامع لشعب الإيمان، أحمد بن الحسين بن علي البيهقي (٤٥٨هـ)، تحقيق: مختار الندوي وعبد العلي عبد الحميد، مكتبة الرشد- الرياض، ط١/ ١٤٢٣هـ- ٢٠٠٣م.

١٧. حاشية ابن عابدين (رد المحتار على الدر المختار شرح تنوير الابصار)، محمد أمين الشهير بإبن عابدين، ويليه تكملة، محمد علاء الدين نجل المؤلف، دار الفكر – بيروت، ط١/ ١٤١٥هـ، ١٩٩٥م.

١٨. حسن النية وأثره في التصرفاتفي الفقه الاسلامي والقانون المدني، عبد الحليم عبد اللطيف القوني، دار المطبوعات الجامعية - الاسكندرية، ط١/ ٢٠٠٤ .

١٩. حكم التسويق بعمملة هرمية ، دراسة فقهية وقانونية مقارنة،

دار النفائس – الشارقة، ط١/ ٢٠١١.

٢٠. سد الذرائع في الشريعة الإسلامية، محمد هشام البرهاني، دار الفكر- دمشق، ١٩٩٥.

٢١. سنن ابن ماجه، محمد بن يزيد أبو عبدالله القزويني(ت٢٧٣هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، مذيلة بأحكام الألباني، دار الفكر – بيروت.

٢٢. سنن أبي داود، أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو السِّجِسْتاني (ت٢٧٥هـ)، تحقيق شعَيب الأرنؤوط - محَمَّد كامِل قره بللي، دار الرسالة العالمية، ط١، ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م..

٢٣. سنن الترمذي (الجامع الصحيح)، محمد بن عيسى أبو عيسى الترمذي السلمي (ت٢٧٩هـ)، تحقيق: أحمد محمد شاكر وآخرون، مذيلة بأحكام الألباني، دار إحياء التراث العربي – بيروت.

٢٤. سنن الدارقطني، علي بن عمر أبو الحسن الدارقطني البغدادي(ت٣٦٠هـ)، تحقيق: السيد عبد الله هاشم يماني المدني، دار المعرفة - بيروت، ط١/ ١٣٨٦ – ١٩٦٦.

٢٥. سنن الدارمي، أبو محمد عبد الله بن عبد الرحمن بن الفضل بن بَهرام بن عبد الصمد الدارمي، التميمي السمرقندي (ت: ٢٥٥هـ)

تحقيق، حسين سليم أسد الداراني، دار المغني للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية ط١، ١٤١٢ هـ- ٢٠٠٠ م.

٢٦. سنن النسائي (المجتبى من السنن)، أحمد بن شعيب أبو عبد الرحمن النسائي(ت٣٠٣ه)، تحقيق: عبدالفتاح أبو غدة، مذيلة بأحكام الألباني عليها، مكتب المطبوعات الإسلامية - حلب، ط١٤٠٦/٢ - ١٩٨٦.

٢٧. السيل الجرار المتدفق على حدائق الأزهار، محمد بن علي الشوكاني (ت١٢٥٠هـ)، تحقيق: محمود إبراهيم زايد، طبع وزارة الأوقاف المصرية- القاهرة، ط ١٩٨٨.

٢٨. الشرح الكبير وحاشية الدسوقي، محمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي المالكي (المتوفى: ١٢٣٠هـ)

٢٩. شرح صحيح مسلم للنووي، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي (ت ٦٧٦هـ)، دار إحياء التراث العربي – بيروت، ط٢/ ١٣٩٢.

٣٠. شرح فتح القدير على الهداية شرح بداية المبتدئ، لكمال الدين محمد بن عبد الواحد المعروف بابن الهمام الحنفي (ت٨٦١هـ)، وتكملته، نتائج الأفكار في كشف الرموز والأسرار، لشمس الدين أحمد المعروف بقاضي زاده تحقيق: عبد الرزاق غالب المهدي، دار الكتب

العلمية- بيروت، ط٢/٢٠٠٩.

٣١. صحيح البخاري (الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله وسننه وأيامه)، محمد بن إسماعيل أبو عبدالله البخاري الجعفي (ت٢٥٦هـ)، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير، واليمامة – بيروت، ط٣/ ١٤٠٧ – ١٩٨٧م.

٣٢. صحيح الجامع الصغير وزياداته، محمد ناصر الدين الالباني، المكتب الإسلامي- بيروت، ط٣/ ١٩٨٨م.

٣٣. صحيح مسلم (الجامع الصحيح المختصر بنقل عدل عن عدل الى رسول الله ﷺ)، أبو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري (ت٢٦١هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار الجيل ودار الأفاق الجديدة .بيروت.

٣٤. ضعيف الجامع الصغير وزيادته، محمد ناصر الدين الألباني، المكتب الإسلامي – بيروت، ط٣/ ١٩٨٨م.

٣٥. الفتاوى الكبرى، تقي الدين أحمد بن عبد الحليم بن تيمية الحراني (ت ٧٢٨هـ)، تحقيق: علي بن محمد بن عباس البعلي الدمشقي، دار المعرفة- بيروت.

٣٦. فتح الباري شرح صحيح البخاري، أبو الفضل أحمد بن علي بن محمد بن حجر العسقلاني (ت ٨٥٢هـ)، تعليق: عبد العزيز

بن عبد الله بن باز ومحب الدين الخطيب، رقم كتبه وأبوابه وأحاديثه وذكر أطرافها: محمد فؤاد عبد الباقي، دار الفكر- بيروت.

٣٧. فتوى مجمع الفقه الإسلامي في السودان، دار الجنان – الزرقاء، ط١/٢٠٠٤.

٣٨. الفروع، محمد بن مفلح المقدسي (ت٧٦٢هـ)، تحقيق: حازم القاضي، دار الكتب العلمية- بيروت، ط١/ ١٩٩٩م.

٣٩. الفروق، شهاب الدين أحمد بن إدريس القرافي (ت٦٨٤هـ)، تحقيق محمد حسن القيام، مؤسسة الرسالة- بيروت، ط٢/٢٠١١م.

٤٠. الفقه الإسلامي وأدلته، د. وهبة الزحيلي، دار الفكر- دمشق، ط٣٣/ ٢٠١٢م.

٤١. فقه الربا، د. عبد العظيم جلال أبو زيد، مؤسسة الرسالة ناشرون- دمشق، ط١/ ٢٠٠٣.

٤٢. القاموس المحيط، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي (ت٨١٧هـ)، مؤسسة الرسالة- بيروت، ط٨/ ٢٠٠٥.

٤٣. القوانين الفقهية، أبو القاسم محمد بن أحمد ابن جُزي (ت٧٤١هـ)، تحقيق عبد الله المنشاوي، دار الحديث – القاهرة، ط١/٢٠٠٥.

٤٤. الكافي في فقه أهل المدينة، أبو عمر يوسف بن عبد الله بن

محمد بن عبد البر النمري القرطبي (ت ٤٦٣هـ)، تحقيق: محمد محمد أحيد ولد ماديك، مكتبة الرياض الحديثة- الرياض،ط٢/ ١٤٠٠هـ/١٩٨٠م.

٤٥. كشاف القناع عن متن الإقناع، منصور بن يونس بن إدريس البهوتي(ت١٠٥١هـ، تحقيق: محمد أمين الضناوي، عالم الكتب- بيروت، ط١/ ١٩٩٧م.

٤٦. ٤٤. لسان العرب، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور المصري (ت٧١١هـ)، دار الفكر ودار صادر – بيروت، د. ط – د. ت.

٤٧. المبسوط، شمس الدين أبو بكر محمد بن أبي سهل السرخسي (ت٤٩٠هـ)، تحقيق: خليل محي الدين الميس، دار الفكر – بيروت، ط١/ ١٤٢١هـ٢٠٠٠م.

٤٨. المجموع شرح المهذب، للنووي (١-٩)، ولتقي الدين السبكي(١٠-١١)، ومحمد نجيب المطيعي (١٢- ٢٠)، دار الارشاد- جدة، د ط، د ت.

٤٩. المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، أحمد بن علي الفيومي(ت٧٧٠هـ)، مكتبة لبنان- بيروت، ط١/ ١٩٨٧م.

٥٠. المعجم الأوسط، سليمان بن أحمد بن أيوب بن مطير

اللخمي الشامي، أبو القاسم الطبراني (ت ٣٦٠ هـ) تحقيق، طارق بن عوض الله بن محمد، عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، دار الحرمين - القاهرة، ط١/ ١٤١٥هـ.

٥١. المعجم الوسيط، أحمد حسن الزيات وآخرون، دار الدعوة- اسطنبول، طبعة ١٩٨٩.

٥٢. مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، محمد بن محمد الخطيب الشربيني(ت٩٧٧هـ)، تحقيق: علي محمد معوض وعادل احمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية ـ بيروت، ط٣/ ٢٠٠١.

٥٣. المغني ومعه الشرح الكبير على متن المقنع، موفق الدين عبد الله بن أحمد بن قدامة المقدسي (ت٦٢٠ هـ)، دار الكتب العلمية- بيروت، ط١/ ٢٠٠٩م.

٥٤. الموافقات في أصول الشريعة، لأبي اسحق الشاطبي (ت٧٩٠هـ)، شرح عبد الله دراز، بيروت - دار الكتب العلمية، ط١/ ٢٠٠٤.

٥٥. نصب الراية لأحاديث الهداية، جمال الدين أبو محمد عبد الله بن يوسف بن محمد الزيلعي (المتوفى: ٧٦٢هـ)، تحقيق: محمد عوامة، مؤسسة الريان للطباعة والنشر- بيروت ط١/، ١٤١٨هـ/ ١٩٩٧م.

- **الرسائل الجامعية**

١. التسويق الشبكي تكييفه وأحكامه الفقهية، لبندر بن صقر الذيابي، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية- المعهد العالي للقضاء، ١٤٢٦..

٢. فقه المستجدات من المعاملات المالية في العراق، رفعت خلف العزاوي، أطروحة دكتوراه غير منشورة، مقدمة الى كلية الإمام الأعظم الجامعة في بغداد.

٣. قاعدة اعتبار المآلات وأثرها في الفتوى، لابراهيم الهامل، رسالة ماجستير غير منشورة في جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية- الجزائر.

- **البحوث والدراسات**

١. بحوث ندوة التميز الفقهية، التسويق الشبكي – مركز التميز للبحوث والدراسات الاقتصادية – الجزائر، العدد الاول/ ٢٠١٤.

٢. البيع الشخصي وتسويق المباشر، حميد الطائي، عمان، ٢٠٠٨.

٣. التجارة الالكترونية، هاني السباخي، جامعة العلوم ابداعية- الفجيرة.

٤. التسويق الالكتروني، بشير العلاق، عمان، ٢٠١٠.

٥. التسويق الشبكي في المنظور الشرعي، د. عبد الستار عبد الجبار، بغداد ٢٠١٥.

٦. التسويق الشبكي مفهومه وآثاره وحكمه الشرعي. حمدي محمد بن صالح.

٧. التسويق الشبكي نظرة اقتصادية اسلامية أ.د .صبحي فندي الكبيسي، بغداد ٢٠١٥.

٨. التسويق الشبكي من وجهة نظر اسلامية ، خالد بن محمود الجهني، السعودية - ١٤٣٤.

٩. التسويق الشبكي من منظور اقتصادي إسلامي، حمزة عدنان مشوقة وأحمد نعيم حسين دائرة الإفتاء العام/ مديرية الدراسات والبحوث - الاردن.

١٠. الحكم الشرعي في التسويق الشبكي، عبد الرزاق شرع، مجلة روافد- الجزائر

١١. دراسة أسباب تحريم التسوق الشبكي للدكتور حسام الدين عفانه.

١٢. حقيقة التسويق الشبكي ، قراحلي احسن.

- **المجلات والدوريات**

١. مجلة رسالة المجمع العدد ٢ لسنة ٢٠١٦.

٢. مجلة روافد – الجزائر، العدد الثاني لسنة ٢٠١٤.

٣. ٢. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات المجلد الثامن، العدد الأول ٢٠٠٦، ص ٤.

- **المواقع الالكترونية**

١. موقع الإسلام ويب.

٢. موقع الأمة الوسط.

٣. الموقع الرسمي للدكتور وهبة الزحيلي.

٤. موقع المجمع الفقهي العراقي.

* * *

فهرست المحتويات

* * *

مطبعة انوار دجلة
موبايل ٠٧٩٠٣٥٠٥٦٣٠